

بسم الله الرحمن الرحيم

تتمية السياحة الرياضية في " المثلث السياحي الذهبي "  
في الأردن

إعداد:

نور "محمد حسين" غزاوي

المشرف الرئيسي:

الأستاذ الدكتور علي الديري

المشرف المشارك:

الدكتور خالد مقابلة

حقل التخصص - تربية بدنية

١٨ ذي الحجة ١٤٢٨ هـ

٢٠٠٧/١٢/٢٧ م

تنمية السياحة الرياضية في " المثلث السياحي الذهبي "  
في الأردن

إعداد:

نور "محمد حسين" أحمد غزاوي

بكالوريوس تربية رياضية / جامعة اليرموك / اربد ٢٠٠٧م  
قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في التربية  
البدنية في جامعة اليرموك ، اربد ، الأردن

ووافق عليها:

الأستاذ الدكتور علي الديري ..... علي الديري مشرفاً رئيسياً  
مناهج وطرق تدريس التربية الرياضية / قسم التربية البدنية / جامعة اليرموك  
الدكتور خالد مقابلة ..... خالد مقابلة مشرفاً مشاركاً  
تسويق سياحي / قسم السياحة / جامعة اليرموك  
الأستاذ الدكتور ابراهيم وزرماس ..... ابراهيم وزرماس عضواً  
إدارة رياضية / قسم التربية البدنية / جامعة اليرموك  
الدكتور مازن حتامله ..... مازن حتامله عضواً  
علم النفس الرياضي التطبيقي / قسم علوم الرياضة / جامعة اليرموك  
الدكتور حابس سماوي ..... حابس سماوي عضواً  
جغرافيا سياحية / قسم الجغرافيا / الجامعة الأردنية

تاريخ تقديم الأطروحة ٢٧/١٢/٢٠٠٧م

١٨ ذي الحجة ١٤٢٨ هـ

## الإهداء

إلى من علمني حب الله وحب كل الناس ...  
إلى من يحمل في شخصه كل العظمة وفي قلبه كثير من الحنان ....  
إلى من غرس في نفسي السمو بالتواضع والمحبة بالتسامح ...  
إلى من علمني الشجاعة والجرأة والصدق في القول ....

### والدي العزيز

إلى من تبثل عيناها لحزني وتزدهر شفتاه لفرحي ....  
إلى التي حملت بكفيها كل ألمي وحملتني وأشعلت بصدرها دفئاً في بردي  
وحضنتني ....  
إلى من زرعت في القلب شمساً لا تغرب ودفئاً لا ينضب ...  
إلى طهارة عباؤها السوداء ... وعطر تساييحها في الفجر الوضاء ... لتتير  
بنور قلبها وحشة هذا الزمن الغابر ....

### والدتي العزيزة

إلى الذي يجمعني بهم قلب واحد ويظلني إياهم حب خالد ... الذين قاسموني  
الدمعة والابتسامة ... إلى أخوتي

### عرب وهيثم

إلى من شجعني على مواصلة الدراسة ، وتحملنا معي كل الصعاب ...  
إلى من تحملنا معي الصبر ... والسهر ... والعناء ... إلى أخواتي

### رياب وهلا

أهدي ثمرة جهدي المتواضع

## شكر وتقدير

الحمد لله حمداً كثيراً طيباً فيه ملئ السموات والأرض وما بينهما ، الحمد لله على عظيم فضله ... وجزيل عطاءه ... ألهمني الصبر والمثابرة ... وسدد على طريق العلم خطاي ...

يطيب لي وقد أنهيت دراستي بعون الله ورعايته ، أن أتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى الأستاذ الدكتور ( علي الديري ) عميد كلية التربية الرياضية المشرف الرئيسي على هذه الرسالة والذي كانت لملاحظاته وتوجيهاته الأثر الأكبر في إتمام هذا الجهد المتواضع .

ولا يسعني إلا أن أعترف لكل ذي فضل علي بفضلته ، فإن أهل الفضل والعطاء هم أهلاً للشكر والثناء، فأتوجه بشكري وامتناني وتقديري للدكتور ( خالد مقابلة ) المشرف المشارك في هذه الرسالة الذي قلدني شرفاً عظيماً بالإشراف على هذه الرسالة ، وعاش معي متابعها طوال مدة إعدادي لها فكرة وبحثاً، فقد كان يوجهني كلما وجدني أحميد عن الجادة ، ويعينني على البحث والنقضي ، ويبصرني بكثير مما خفي علي ، وأعترف له بالجميل لما منحني إياه من وقته وجهده وعلمه الكثير ، وقدم لي النصيح والإرشاد في كل خطوة من خطوات الرسالة ، فله مني كل الاحترام والتقدير .

كما وأتقدم بالشكر والتقدير لأعضاء لجنة المناقشة : الأستاذ الدكتور إبراهيم وزرماس والدكتور مازن حتاملة والدكتور حابس سماوي لتفضلهم بقبول مناقشة هذه الرسالة، ولما قدموه من استشارات وإرشادات علمية قيمة أسهمت في إخراج هذه الرسالة إلى حيز الوجود بهذه الصورة .

والله ولي التوفيق

الباحثة

نور غزاوي

## فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
أ	لجنة المناقشة
ب	الإهداء
ج	الشكر والتقدير
د-هـ	فهرس المحتويات
و-ز	فهرس الجداول
ح	فهرس الملاحق
ط	الملخص باللغة العربية
<b>الفصل الأول</b>	
٣-١	مقدمة الدراسة
٤	أهمية الدراسة
٥-٤	مشكلة الدراسة
٦	أهداف الدراسة
٧	أسئلة الدراسة
٨	مصطلحات الدراسة
٨	مجالات الدراسة
<b>الفصل الثاني (الإطار النظري و الدراسات السابقة)</b>	
٣١-٩	الإطار النظري
٣٦-٣٢	الدراسات السابقة
٣٧	التعليق على الدراسات السابقة
<b>الفصل الثالث (إجراءات الدراسة)</b>	
٣٨	إجراءات الدراسة
٣٨	منهج الدراسة
٣٨	مجتمع الدراسة
٤١-٣٨	عينة الدراسة
٤٣-٤٢	أداة الدراسة

٤٣	صدق أداة الدراسة
٤٣	ثبات أداة الدراسة
٤٥-٤٤	تطبيق أداة الدراسة
٤٥	متغيرات الدراسة
٤٥	المعالجة الإحصائية
	<b>الفصل الرابع (النتائج ومناقشتها )</b>
٦١-٤٦	عرض النتائج
٦٦-٦٢	مناقشة النتائج
	<b>الفصل الخامس ( الاستنتاجات والتوصيات )</b>
٦٧	الاستنتاجات
٦٨	التوصيات
٧٣-٦٩	المراجع
٩٠-٧٤	الملاحق
٩١	الملخص باللغة الإنجليزية

## فهرس الجدول

الرقم	الجدول	الصفحة
١	توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير الجنس.	٣٨
٢	توزيع أفراد عينة الدراسة تبعاً لمتغير الجنسية.	٣٩
٣	توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير عدد مرات الزيارة إلى المثلث السياحي الأردني.	٣٩
٤	توزيع إجابات أفراد العينة تبعاً لمتغير الهدف من الزيارة إلى المثلث السياحي الأردني.	٤٠
٥	توزيع إجابات أفراد العينة تبعاً لمتغير طريقة التعرف على الموقع السياحي.	٤٠
٦	توزيع إجابات أفراد العينة تبعاً لمتغير الجهة المنظمة للزيارة.	٤١
٧	توزيع إجابات أفراد العينة تبعاً لمتغير الرياضات التي يرغب الشخص بممارستها في المثلث السياحي الأردني.	٤١
٨أ	توصيف أفراد العينة الإستطلاعية.	٤٣
٨ب	قيم معاملات الثبات بطريقة كرونباخ ألفا لمحاور الدراسة والأداة الكلية.	٤٤
٩	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح لأجزاء مجال الخدمات السياحية في الموقع السياحي والمجموع الكلي لها.	٤٦
١٠	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح لفقرات مجال الخدمات السياحية من حيث توفرها.	٤٧
١١	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح لفقرات مجال الخدمات السياحية من حيث الجودة والكفاءة.	٤٨
١٢	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح لفقرات مجال الخدمات السياحية من حيث التكاليف.	٤٩
١٣	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة تقويم السياح لمجال الخدمات السياحية تبعاً لمتغير الجنس.	٥٠
١٤	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة تقويم السياح لمجال الخدمات السياحية من حيث توفرها وكفاءتها تبعاً لمتغير الجنسية.	٥٠
١٥	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة تقويم السياح لمجال الخدمات السياحية من حيث تكاليفها تبعاً لمتغير الجنسية.	٥٠
١٦	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة تقويم السياح لمجال الخدمات السياحية تبعاً لمتغير عدد مرات الزيارة إلى المثلث السياحي الأردني.	٥١
١٧	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة تقويم السياح لمجال الخدمات السياحية تبعاً لمتغير الهدف من الزيارة إلى المثلث السياحي الأردني.	٥١
١٨	نتائج تحليل التباين الرباعي لكشف الفروق في درجة تقويم السياح لمجال الخدمات السياحية تبعاً لمتغيرات الدراسة.	٥٢
١٩	نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية لمعرفة الفروق في درجة تقويم السياح لمجال الخدمات السياحية تبعاً لمتغير الهدف من الزيارة.	٥٢

الرقم	الجدول	الصفحة
٢٠	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح لفقرات مجال توفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني.	٥٣
٢١	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح لفقرات مجال توفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني تبعاً لمتغير الجنس.	٥٤
٢٢	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح لفقرات مجال توفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني تبعاً لمتغير الجنسية.	٥٥
٢٣	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح لفقرات مجال توفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني تبعاً لمتغير عدد مرات الزيارة.	٥٥
٢٤	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح لفقرات مجال توفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني تبعاً لمتغير الغرض من الزيارة.	٥٦
٢٥	نتائج تحليل التباين الرباعي لكشف الفروق في درجة تقويم السياح لمجال توفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني تبعاً لمتغيرات الدراسة.	٥٦
٢٦	نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية لمعرفة الفروق في درجة تقويم السياح لمجال توفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني تبعاً لمتغير الغرض من الزيارة.	٥٧
٢٧	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح لفقرات مجال أهمية عوامل السياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني.	٥٨
٢٨	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح لفقرات مجال أهمية عوامل السياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني تبعاً لمتغير الجنس.	٥٩
٢٩	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح لفقرات مجال أهمية عوامل السياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني تبعاً لمتغير الجنسية.	٥٩
٣٠	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح لفقرات مجال أهمية عوامل السياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني تبعاً لمتغير عدد مرات الزيارة.	٦٠
٣١	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح لفقرات مجال أهمية عوامل السياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني تبعاً لمتغير الغرض من الزيارة.	٦٠
٣٢	نتائج تحليل التباين الرباعي لكشف الفروق في درجة تقويم السياح لمجال أهمية عوامل السياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني تبعاً لمتغيرات الدراسة.	٦١



## فهرس الملاحق

الصفحة	الملحق	الرقم
٧٤	أسماء أعضاء لجنة تحكيم الاستبيان	١
٧٥	الكتاب الموجة من سعادة الأستاذ الدكتور رئيس جامعة اليرموك إلى سلطة إقليم العقبة	٢
٧٦	الكتاب الموجة من سعادة الأستاذ الدكتور رئيس جامعة اليرموك إلى إدارة محمية البتراء	٣
٧٧	الاستبيان بصورته الأولية باللغة العربية	٤
٨١	الاستبيان بصورته النهائية باللغة العربية	٥
٨٦	الاستبيان باللغة الإنجليزية	٦

## فهرس الملاحق

الصفحة	الملاحق	الرقم
٧٤	اسماء أعضاء لجنة تحكيم الاستبيان	١
٧٥	الكتاب الموجة من سعادة الأستاذ الدكتور رئيس جامعة اليرموك إلى سلطة إقليم العقبة	٢
٧٦	الكتاب الموجة من سعادة الأستاذ الدكتور رئيس جامعة اليرموك إلى إدارة محمية البتراء	٣
٧٧	الاستبيان بصورته الأولية باللغة العربية	٤
٨١	الاستبيان بصورته النهائية باللغة العربية	٥
٨٦	الاستبيان باللغة الإنجليزية	٦

## الملخص

غزاوي ، نور "محمد حسين"، تنمية السياحة الرياضية في "المتلث السياحي الذهبي"

في الأردن ، رسالة ماجستير ، جامعة اليرموك ، ٢٠٠٧ م .

( المشرف أ.د. علي محمود الديري ) .

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على واقع السياحة الرياضية في المتلث السياحي الذهبي الأردني وكيفية تنميتها من وجهة نظر السياح الذين يفضلون ممارسة النشاطات الرياضية ، واقتراح كيفية تطويرها وتفعيلها. وتكونت عينة الدراسة من (١٦٠) سائحاً من زوار المتلث السياحي الذهبي الأردني ممن يفضلون ممارسة النشاطات الرياضية خلال عام ٢٠٠٧م ، وقد تم اختيار العينة بالطريقة العمدية (الغرضية) . استخدمت الباحثة المنهج الوصفي نظراً لملائمة طبيعة الدراسة ، حيث تم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات. أظهرت النتائج أن أهم عوامل تنمية السياحة الرياضية في المتلث السياحي الأردني هي تسويق النشاطات الرياضية ورفع مستوى الإعلام الرياضي وتوفير الدعم والرعاية المالية لإقامة النشاطات الرياضية في المناطق السياحية. كما أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقويم السياح لواقع السياحة الرياضية في المتلث السياحي الذهبي الأردني و متغير الغرض الرئيسي من الزيارة.

وفي ضوء النتائج التي توصلت اليها الدراسة ، توصي الباحثة بضرورة الاهتمام بالتسويق الفعال للسياحة الرياضية في الأردن من خلال وضع الخطط والسياسات التسويقية والإعلامية وتنفيذها لاجتذاب السياح من مختلف الأسواق السياحية وتشجيعهم على زيارة المتلث السياحي الذهبي الأردني وممارسة هواياتهم طوال العام ، والعمل على جذب الاستثمارات والدعم المالي لإقامة المشروعات الخاصة بتوفير امكانات الترويج والرياضة، وعقد الندوات وورشات العمل لتعميم الثقافة الرياضية في المجتمع الأردني بالتركيز على فئة الشباب بهدف التوعية الرياضية وكيفية الربط بين الرياضة والسياحة ، وإجراء لقاءات رياضية بالقرب من الأماكن السياحية.

## الفصل الأول

❖ المقدمة :

يتمتع الأردن بمزايا ومقومات طبيعية وجغرافية وتاريخية تجعل منه مقصداً سياحياً متاحاً على مدار العام، وتلبي معظم الأهداف التي ينشدها السائح سواء كانت علاجية أو ترفيهية أو تعليمية أو دينية أو غيرها . ويبدو هذا جلياً من خلال مقومات العرض السياحي الأردني والتي تشمل على سبيل المثال لا الحصر المناخ المعتدل، والإرث الحضاري، ويناابيع المياح المعدنية، والمؤسسات التعليمية والصحية، والتسهيلات السياحية التي تقدم خدماتها للسائح (مقابلة ، ٢٠٠٠).

وتعتبر السياحة من الصناعات الحديثة التي أثبتت عبر السنوات الماضية أنها تترافق بنسب أعلى من نسب ارتفاع الدخل القومي في كثير من الدول المتقدمة والنامية على حد سواء . كما أنها تساهم في زيادة دخل الدولة من العملات الأجنبية وترويج مصادره ، مما يساعد إيجابياً في دعم ميزان المدفوعات .

وفي الأردن ، تعتبر السياحة من الروافد الأساسية لخزينة الدولة وتساهم بأكثر من ١٠% من الدخل المحلي الإجمالي ، وتوفر ما يزيد عن ٣٠ ألف فرصة عمل بشكل مباشر . وقد وصلت أعداد القادمين إلى الأردن مع نهاية عام ٢٠٠٦ إلى ما يزيد عن ٦ مليون زائر ، انفقوا ما يزيد عن مليار دينار أردني بمتوسط إقامة بلغ ٥ ليال (وزارة السياحة والآثار، ٢٠٠٧) .

وبما أن الطبيعة منحت الأردن تنوعاً كبيراً في مساحة محدودة من حيث التفاوت في المناخ، والتباين في التضاريس، بالإضافة إلى احتوائه على كنوز سياحية كبيرة. أدى ذلك إلى ظهور أنواع جديدة من السياحة كالسياحة التجارية والتعليمية ورياضة المؤتمرات والسياحة الرياضية والتي تتمثل بزيارة المناطق المختلفة للمشاركة في البطولات الرياضية المختلفة أو مشاهدتها (الأحمد، ٢٠٠٥) .

ولم تعد السياحة في الوقت الحاضر تقتصر على زيارة الآثار القديمة التي خلفها الأجداد والتي مازلت وسيلة جذب مثلى للملايين في مختلف بقاع العالم، بل تعدى ذلك إلى محاولة ربط السياحة بالرياضة بما يحقق خدمة كل منهما الآخر ، فأغلبية الناس في أي مجتمع يفضلون قضاء الأجازات ووقت الفراغ في ممارسة أو مشاهدة أوجه النشاط الرياضي في الدول المتقدمة وعلى هذا الأساس أصبحت سياحة العصر هي السياحة النشطة ولكل منهما خواصه التي تبرز أهمية الآخر .

فالسياحة من الوجهة الرياضية توفر فرصاً واسعة لممارسة الرياضات المختلفة التي تشغل عناصر الطبيعة أو تلك التي تحتاج في اعدادها إلى تزويدها بالمعدات التي تكفل ممارستها . أما بالنسبة للرياضة فإنها من الوجهة السياحية تشجع رغبات الأفراد وتجعلهم يترددون على الأماكن التي تحقق هذه الرغبة وتطيل من مدة إقامتهم فيها وتجعلها أكثر إمتاعاً لسنوات طويلة. ونتيجة لذلك تتحقق فرص التفاهم الدولي والسلام العالمي ( الشافعي وآخرون، ٢٠٠٤ ) .

كما يشجع هذا النوع من السياحة الرغبة في ممارسة الرياضات والاشتراك في مسابقاتها أو الاستمتاع بمشاهدة بطولاتها ، وتتنوع هذه الرياضات ما بين التزلج على الجليد أو الماء ، وصيد الأسماك والحيوانات البرية ، والغطس والتجديف ، والسباحة والجري ، والفروسية ، وسباق السيارات ، والمراكب الشراعية ، وركوب القوارب وغيرها . (الأحمد، ٢٠٠٥) .

ومن الملاحظ أن العلاقة بين الرياضة والسياحة في العالم الحديث مرتبطة بشكل وثيق معاً . ومع تطور مظاهر العولمة تفتتح إمكانات قوية لتعزيز الخبرات السياحية من خلال الرياضة والتطور الرياضي عن طريق السياحة .

وقد أصبح من المستحيل على الرياضيين المتخصصين ( من لاعبين ومدربين ) أداء وظائفهم بدون القيام بالسفر. ونلاحظ أن عمليات السياحة التي تقوم بها الفرق قد اشتهرت لدى الأندية التي تشرك وكلاء السياحة لإيجاد المباريات وتوفير أماكن السكن ووسائل النقل وغيرها . فعمليات السفر التي يقوم بها الرياضيون للاشتراك بالبطولات تساعد على تسويق الأماكن السياحية داخل الدولة المستضيفة للبطولة من خلال زيارة اللاعبين إلى الأماكن السياحية التي تشتهر بها هذه الدولة. وبالنتيجة فإن القطاعين يؤثران على بعضهما البعض في عملية تنمية كلا الآخر .

ونلاحظ انتعاش السياحة الرياضية في دول معينة تتمتع بميزات وتسهيلات وإمكانات ومستوى معيشي مرتفع يسمح بإقامة المنشآت الرياضية الملائمة والقرى المتكاملة التي تستوعب وفود السائحين وتيسر لهم الظروف المشجعة من حيث الإيواء والطعام والشراب والترفيه والملاعب وغيرها مما يحتاجون إليه . ( طاهر ، ٢٠٠١ ) .

ولقد كان للازدهار الرياضي الذي شهده الأردن في السنوات القليلة الماضية الأثر الأكبر في جذب الرياضيين العرب و الأجانب إلى الأردن ، وتشجيع السياحة الرياضية سواء كانت للمشاركة أو للاستمتاع، و اهتمام المسؤولين بالمنشآت الرياضية السياحية من فنادق ومطاعم وملاهي مزودة بجميع الخدمات والمرافق والوسائل التي تلائم الاهتمامات الرياضية .

إلا أن هذا الاهتمام لم يعمل على تنمية السياحة الرياضية بالشكل المطلوب وذلك من خلال متابعة النشرات الموزعة من وزارة السياحة بما يتعلق بأعداد السياح القادمين لأهداف رياضية إلى الأردن . ولذلك سوف تقوم الباحثة في هذه الدراسة بالوقوف على أهم الجوانب المتعلقة بتنمية السياحة الرياضية فسي المثلث السياحي الذهبي في الأردن ، من خلال استبيان تم بناؤه خصيصاً لهذه الغاية من قبل الباحثة .

© Arabic Digital Library-Yarmouk University

## ❖ أهمية الدراسة :-

تتبع أهمية الدراسة من حيث :

(١) اثراء المعلومات حول واقع السياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي الأردني وكيفية تنميتها . واستفادة كثير من المؤسسات الأردنية من هذه الدراسة للنهوض بهذا النمط من السياحة والإرتقاء به ، كوزارة السياحة الأردنية ووزارة التخطيط الأردنية والمجلس الأعلى للشباب والإتحادات الرياضية الأردنية وغيرها.

(٢) أهمية المثلث السياحي الذهبي ( العقبة ، البتراء ، وادي رم ) من حيث الجذب السياحي ، خاصة ما يرتبط بالسياحة الرياضية سواء كانت سياحة رياضات مائية أو مغامرة أو صحراوية أو غيرها ، والتي تعتبر بمجملها أحد أنماط السياحة البديلة للسياحة الأثرية التقليدية.

(٣) كما وتتبع أهمية الدراسة في كون الرياضة تساهم مساهمة فعالة في دعم الكثير من القطاعات في الدولة لما تدره السياحة الرياضية من دخل جيد ، بالإضافة إلى تطوير قطاع الرياضة نفسه وتحسين مهارات ومستويات الفرق الرياضية الأردنية لتحقيق الإنجازات المتوقعة والمطلوبة .

(٤) وتعد هذه الدراسة من الدراسات العلمية النادرة التي تناولت موضوع السياحة الرياضية في الأردن عامة وفي الجنوب خاصة.

## ❖ مشكلة الدراسة :

أخذ الاهتمام بمختلف أنواع الرياضات مساحة في الاستراتيجية الوطنية للمجلس الأعلى للشباب من أجل النهوض بالمستوى الرياضي الذي يظهر فيه اللاعبون والمتنافسون في مختلف المسابقات المحلية والإقليمية والدولية . ولقد كان للقيادة السياسية ودعمها المتواصل للرياضة والرياضيين دوراً مهماً في تعزيز دورها على الساحة الوطنية والإقليمية والدولية ، حيث تقوم القيادة الهاشمية برعاية الفعاليات الرياضية والمشاركة فيها ، وترؤس اتحاداتها وتنظيماتها الرياضية مما يعمل على زيادة الاهتمام بها ، وبالتالي يحقق لهذه الرياضات فرصاً أكبر في الإنتشار والتطور .

والأردن الآن أصبح قادراً على استضافة وإقامة الدورات الرياضية لما يتوافر فيه من منشآت رياضية وعوامل طبيعية قادرة على استيعاب مثل هذه الدورات.

إضافة إلى تمتع الأردن بطبيعة خلابة ووجود العديد من الأماكن التاريخية والدينية والعلاجية والطبيعية السياحية التي تهتم المواطن والزائر .

ولعل استضافة الأردن لمختلف الدورات والبطولات الرياضية كدورة الحسين الرياضية عام ١٩٩٩ ودورة الوفاء للحسين عام ٢٠٠٠ خير مثال على هذا النجاح ، حيث لاقت اهتماماً جماهيرياً وإعلامياً ، لما حظيت به هذه الدورة من الإعداد الجيد وتوافر الكفاءات المتمكنة والتي أخرجت الدورة بشكل حضاري يدل على أهمية استضافة الدورات والبطولات من أجل الترويج والتسويق للبلاد المستضيف .

ومنها كذلك رالي السيارات الذي ينظم كل سنة في الأردن ، واعتبار مرحلة الأردن احد المراحل المكونة للرالي الدولي للسيارات ، مما يوفر مساحة إعلانية دولية للترويج للأردن ومعالمه من خلال هذه المشاركات .

وتواجه المملكة ضعفاً واضحاً في استغلال المواقع السياحية المتوفرة الاستغلال الأمثل لجذب الوفود الرياضية أو إقامة اللقاءات والبطولات الرياضية في تلك الأماكن السياحة وخاصة في منطقة العقبة والبتراء ووادي رم . الأمر الذي أضر سلباً على مساهمة الرياضة بإنعاش الجانب السياحي في الأردن . وفيما يتعلق بالجانب الإعلامي فقد لاحظت الباحثة أنه هناك ضعفاً في ربط الأحداث الرياضية داخل الأردن بالمواقع السياحية إعلامياً، ولم تحاول وسائل الإعلام الأردنية إظهار المناطق السياحية المتوفرة في الأردن عند تغطيتها للأحداث الرياضية .

كما لم تقم أي من الجهات المسؤولة بتقديم برامج متكاملة للوفود الرياضية القادمة للأردن تتضمن إقامة لقاءات رياضية وزيارات إلى المناطق السياحية في الأردن ، بمعنى آخر برامج رياضية سياحية مشتركة ومتفق عليها بين الإتحادات والنوادي وبين مكاتب السياحة والسفر والفنادق وكل من هو معني بالأمر .

وتتمحور مشكلة الدراسة حول الإجابة على السؤالين الرئيسيين التاليين :

- ما هو واقع السياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي الأردني ، وبالأخص ما يتعلق ببرامج التنمية والتسويق؟
- كيف يمكن النهوض بهذا النمط الخاص من السياحة وتنميته وتسويقه بالأساليب العلمية الحديثة وبما يعزز الصورة الذهنية للسياحة الأردنية ويضاعف من المنافع المتحققة لجميع الشركاء في عملية التنمية ؟



## ❖ أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى التعرف على ما يلي :

- (١) الفروق في وجهات نظر السياح في تقويم الجوانب الخاصة بالخدمات والتسهيلات في المثلث السياحي الذهبي الأردني.
- (٢) الفروق في وجهات نظر السياح بتوفر العوامل المساهمة بتنمية السياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي الأردني.
- (٣) الفروق في وجهات نظر السياح لأهمية العوامل المساهمة بتنمية السياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي الأردني.
- (٤) الفروق في وجهات نظر السياح في تقويم الجوانب الخاصة بالخدمات والتسهيلات في المثلث السياحي الأردني ، تبعاً لمتغيرات الجنس ، الجنسية ، عدد مرات الزيارة ، الغرض الرئيسي من الزيارة.
- (٥) الفروق في وجهات نظر السياح بتوفر العوامل المساهمة بتنمية السياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي الأردني تبعاً لمتغيرات الجنس ، الجنسية ، عدد مرات الزيارة ، الغرض الرئيسي من الزيارة.
- (٦) الفروق في وجهات نظر السياح لأهمية العوامل المساهمة بتنمية السياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي الأردني تبعاً لمتغيرات الجنس ، الجنسية ، عدد مرات الزيارة ، الغرض الرئيسي من الزيارة.

## ❖ أسئلة الدراسة :

تقوم هذه الدراسة بالإجابة على التساؤلات التالية :-

- (١) ما مدى تقويم السياح للخدمات السياحية في المثلث السياحي الذهبي الأردني ؟
- (٢) هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقويم السياح للخدمات السياحية في المثلث السياحي الذهبي الأردني تبعا لمتغيرات الجنس والجنسية وعدد مرات الزيارات والغرض الرئيسي من الزيارة ؟
- (٣) ما مدى توفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي الأردني من وجهة نظر السياح ؟
- (٤) هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقويم السياح لتوفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني تبعا لمتغيرات الجنس والجنسية وعدد مرات الزيارات والغرض الرئيسي من الزيارة ؟
- (٥) ما مدى تقويم السياح لأهمية العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي الأردني ؟
- (٦) هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقويم السياح لأهمية العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني تبعا لمتغيرات الجنس والجنسية وعدد الزيارات والغرض الرئيسي من الزيارة ؟

## ❖ تعريف مصطلحات الدراسة :

○ التنمية : سلسلة من العمليات الرامية إلى إحداث تغير مرغوب في واقع موجود، وعند ربط هذا المفهوم بالقطاع السياحي فإن التغير يشمل النهوض بالخدمات السياحية وإبراز مقوماتها وإعطاءها الدور الكامل، وصولاً إلى زيادة العرض بهدف زيادة الطلب السياحي وتوفير المردود الاقتصادي المأمول للمنطقة ليصبح هذا القطاع رديفاً للقطاعات الاقتصادية الأخرى. (خمّش ، ١٩٩٩) .

○ المثلث السياحي الذهبي : مواقع البتراء والعقبة ورم السياحية .

● السياحة الرياضية : "ذلك النوع من السياحة الذي يكون الغرض منها إشباع حاجات الفرد لممارسة الرياضة المفضلة لديه، وذلك كرياضة الانزلاق على الماء أو تسلق الجبال ، أو يكون الغرض منها إشباع الحاجة عن طريق مشاهدة المباريات أو المسابقات أو العروض أو المهرجانات الرياضية " (درويش ، آخرون ، ١٩٩٧)

## ❖ مجالات الدراسة :

○ المجال المكاني : أماكن ممارسة النشاطات الرياضية أو مشاهدتها في كل من العقبة والبتراء ووادي رم .

○ المجال الزمني : تم إجراء الدراسة في الفترة ما بين ٢٠٠٧/٨/١ - ٢٠٠٧/١٠/١

○ المجال البشري : تكون من عدد من السياح القادمين الى منطقة العقبة والبتراء ووادي رم ممن يفضلون ممارسة النشاطات الرياضية أو متابعتها .

## الفصل الثاني

### الإطار النظري

المقدمة :

يعتبر التنقل والحركة من الخصائص الإنسانية المرتبطة بالعنصر البشري على مر العصور. فقد دأب الإنسان منذ نشأته على الانتقال من مكان إلى آخر سعياً وراء لقمة العيش وبحثاً عن الانتماء وتحقيقاً للراحة الجسدية والأمن والمتعة النفسية والذهنية، حتى أصبحت عملية التنقل مع مرور الأيام ظاهرة ذات أبعاد وأثار مختلفة في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية والسياسية.

ومع تزايد أهمية السياحة على المستوى الفردي ، فإن لها أهمية كبيرة على مستوى الدولة ، حيث تستحوذ على نصيب كبير في اقتصاد الدول ذات الميزات السياحية ، إذ أنها مصدر للعملة الأجنبية ، وإيجاد فرص عمل وتبادل ثقافي وحضاري وتقارب بين الشعوب ، وانفتاح الدول على بعضها البعض .

والسياحة من أكثر الأنشطة الاقتصادية نمواً في العالم حيث أصبحت ظاهرة حضارية حديثة ، وهي علم له أصوله وأساليبه ومناهجه . فالسياحة : مجموعة من الظواهر والعلاقات التي تنشأ نتيجة السفر والبقاء بعيداً عن مكان الإقامة بشكل غير دائم وليس بهدف العمل . ويلعب قطاع السياحة في الأردن أهمية كبيرة ، باعتباره من أحد القطاعات الاقتصادية النشطة التي ساهمت مساهمة فعالة في الداخل (السيسي ، ٢٠٠١).

لقد دخلت السياحة في الأردن مجالات عديدة اقتصادية وحضارية وإعلامية فعلى الصعيد الاقتصادي تعتبر السياحة ركيزة مهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية في بعض مناطق الأردن ، حيث ارتفعت المقبوضات السياحية من (٧٤٣،٢) مليون دينار عام ٢٠٠٢ إلى (١،١٦٤،١) مليار دينار عام ٢٠٠٦ (وزارة السياحة والآثار، ٢٠٠٧م) وهي بذلك تجلب ما يحتاجه الأردن من عملات صعبة تساعد في استقرار اقتصاده . وفي المجال الثقافي والحضاري تعتبر السياحة فرصة طيبة لالتقاء الشعوب والحضارات المختلفة مما يساعد على زيادة التفاهم بينهم.

والسياحة بالنسبة للأردن ذات أهمية متميزة ليس فقط لكونها أحد أهم مصادر الدخل والناخب المحرك للاقتصاد الوطني ، بل يتعدى ذلك لكونها قطاعاً اقتصادياً

متداخلاً ومتفاعلاً مع مختلف القطاعات الاقتصادية الأخرى والأنشطة المتنوعة في السوق الأردنية ، كالعائلة والثقافة (حجاب ، ٢٠٠٢).

فقد كان النشاط السياحي في أوائل السبعينات ضعيفاً ، إلا أن الوضع تغير في النصف الثاني من ذلك العقد ، حيث اهتمت الحكومة بشكل كبير في السياحة ، وبدأ ذلك واضحاً في خطط التنمية الموضوعية ، بهدف تطوير المواقع السياحية والمحافظة على المقومات السياحية في الأردن ، وتوفير الخدمات السياحية المختلفة ، وتدريب الأيدي العاملة المحلية في مجال العمل السياحي والفندقي .

وأولت الحكومة الاهتمام بالسياحة الداخلية أيضاً ، لما لها من دور في إنعاش الدورة الاقتصادية ، ومنع تسرب العملات الأجنبية إلى الخارج ، وإعادة توزيع الثروة الوطنية لتشغيل المرافق السياحية المختلفة على مدار السنة .

حيث بدأ اهتمام الدولة بالسياحة منذ عام (١٩٢٤) ، عندما أنشئت مديرية الآثار العامة للمحافظة على الآثار القومية في الأردن ، وفي عام (١٩٥٣) تم إنشاء دائرة السياحة في القدس للتنظيم والإشراف على صناعة السياحة ، وبسبب توسع أعمالها دعا ذلك نقلها إلى عمان مع بقاء فرع القدس تابعاً لها . ثم أنشئت وزارة السياحة كوزارة مستقلة عام (١٩٦٧) ، بعد أن كانت تسمى سلطة السياحة منذ عام (١٩٦٠) ، وبسبب انحسار الحركة السياحية في الأردن اثر حرب حزيران (١٩٦٧) ، بدأ العمل في أوائل السبعينات على تطوير المواقع السياحية ، وتوفير الخدمات السياحية في الضفة الشرقية من الأردن للمحافظة والإبقاء على العلاقات مع الأسواق المصدرة للسياح . ( سلوم ، ١٩٩٨ )

ونظراً للتطور الذي شهده القطاع السياحي الأردني في الثمانينات والتسعينات فقد وجهت وزارة السياحة والآثار أهدافها نحو تشجيع السياحة وتطويرها وتنميتها الموارد السياحية واستثمارها لزيادة مساهمتها في الاقتصاد الوطني ونشر التفاهم بين الشعوب وذلك من خلال المحافظة على المواقع السياحية وتطويرها ، وترخيص المهن السياحية وتصنيفها ، وتسهيل المعاملات المتعلقة بالسياح بالتعاون مع الجهات المختصة ، ووضع البرامج الشاملة والمتكاملة لتسويق الأردن سياحياً ، إضافة إلى تشجيع السياحة الداخلية ، والاستثمار السياحي ، وتوفير الكوادر المدربة ، والإمكانيات الفنية اللازمة لمهن السياحة ، وإعداد الدراسات والأبحاث المتعلقة بتطوير المهن السياحية وتنميتها (العنابي ، ٢٠٠٥).

وتعتبر المشكلات المالية من أهم العقبات التي تواجه أية جهود حديثة هادفة لتطوير الإدارة السياحية ، وتغيير المعوقات التي تواجهها لتحويلها إلى إدارة نشطة قادرة على اتخاذ المبادرات ، وتبني السياسات والإجراءات الفعالة للنهوض بالقطاع السياحي وتطوره مع مستوى الطموحات والآمال الوطنية ، لجعل القطاع السياحي هو

الأول في الاقتصاد الأردني . وبما أن المهام الإدارية الرئيسية للقطاع السياحي تقع على عاتق وزارة السياحة فإنها الجهة المعنية مباشرة بتجاوز المشكلات الإدارية من خلال العمل على جذب الاستثمارات الخارجية والداخلية لتطوير الخدمات السياحية ، وتعزيز التنسيق مع المؤسسات والأجهزة الحكومية وغير الحكومية ، وتطوير الجهاز الوظيفي ورفع الكفاءات لتفعيل دور الإدارة السياحية ، وزيادة الموارد المالية للإدارة السياحية للقيام بمسؤوليتها ، وتطوير نظام فعال للمراقبة والمتابعة والتقييم المستمر للواقع السياحي .

كما ويقع على عاتق مؤسسات القطاع الخاص مسؤوليات كبيرة باعتبارها المحرك الرئيسي للاستثمار ، والتوسع في الأنشطة السياحية ، وأي تحسن في جودة الخدمات السياحية تنعكس ايجابياً على حركة السياحة وازدهارها ، وبالتالي على أرباح القطاع الخاص (عبد الوهاب ، ١٩٩٩) .

## ■ مقومات السياحة الأردنية :-

لعل من أهم العوامل المساعدة على نشاط السياحة في بلد ما ، هو توافر المقومات الطبيعية والبشرية لجذب السياح إليه ، وتجديد رغبتهم في زيارته ، بالإضافة إلى عوامل أخرى ، كسهولة الانتقال والتنقل ، أو توفر الخدمات السياحية المختلفة لإشباع رغبات السائح واحتياجاته المتعددة .

والأردن يتمتع بالعديد من المعالم السياحية التي تجذب الزوار من أنحاء العالم كافة لزيارتها والتي أجملها أبو رحمة وآخرون (٢٠٠١) بالنقاط التالية :-

### أولاً : المقومات الطبيعية :

يعد جانب العرض الطبيعي من أبرز مظاهر الجذب السياحي في الأردن ، فموقعه الجغرافي وتنوع تضاريسه ، وملائمة مناخه ، ميزة جذب سياحي ومحط أنظار السياح ، ومن أهم المقومات الطبيعية الجاذبة في الأردن :-

#### أ. الموقع الجغرافي :

تتضح أهمية موقع الأردن في تاريخه الحضاري بنسوء حضارات ارتبطت بالتجارة والنقل قديماً ، واليوم فتوسطه قلب العالم العربي له أثر في ارتفاع أعداد السياح العرب القادمين إليه ، بسبب حدوده مع ثلاثة دول عربية هي سوريا ، العراق ، المملكة العربية السعودية . وللنقل الجوي الأهمية الكبرى في نقل السياح إلى الأردن

ولكونه حلقة وصل بين الشرق والغرب ، وتواجد مطارات دولية تحط بها الطائرات الحديثة كمطار الملكية علياء الدولي ، ومطار عمان الدولي ، ومطار الحسين في مدينته العقبة ، مما يدل على أهمية النقل الجوي كعامل جذب سياحي ، وكوسيلة نقل وتسويق سياحي .

ولا ننسى ميناء العقبة ، المنفذ البحري الوحيد في الأردن ، والذي يربط الأردن بحرياً مع دول العالم ، حيث أصبح نقطة تبادل تجاري هامة ، ويفد إليه آلاف السياح القادمين من دول مختلفة .

## ب. المناخ :

يتميز الأردن بتنوع مناخه ، وذلك بسبب تنوع سطحه واختلاف تأثير أجزائه بعامل البحر والصحراء مما يعطيه سمة الاعتدال المناخي على مدار السنة ، إذ يسوده فصلين مناخيين في نفس الوقت ، حيث أن صيفه معتدل في عمان والمرتفعات الجبلية ، وحار في العقبة ووادي الأردن والصحراء ، أما فصل الشتاء فهو قسوي وبارد ، وتتساقط الأمطار بغزارة في الفترة ما بين كانون الأول وشباط في المناطق الجبلية ، بينما تكون محدودة في مناطق الصحراء ووادي الأردن .

وهذا التباين المناخي يساعد على إعطاء ميزة نسبية في استمرار الموسم السياحي على مدار السنة . إذ ينعكس أثر التضاريس سواء في الامتداد أو الارتفاع مباشرة على أحوال المناخ في الأردن ، حيث تشكل مناطق الأغوار والبحر الميت وخليج العقبة مناطق جذب سياحية للسياح من المناطق الباردة ، كالدول الأوروبية والأمريكية في فصل الشتاء البارد ، إذ تبرز أهميتها كمنتج شتوي لحركة السياحة والاستجمام . أما في فصل الصيف فإن السياح يتجهون نحو المناطق المرتفعة في عجلون والشراة . لذلك فإن الحركة السياحية في الأردن مستمرة صيفاً وشتاءً .

## ج. الغطاء النباتي :

تعتبر الغابات الحرجية عنصر جذب سياحي إلى الأقاليم السياحية التي تتواجد فيها، مثل عجلون ودبين ، وجرش وناعور وغيرها ، حيث تساهم في تلطيف الجو صيفاً ، وإعطاء منظر خلاب للمناطق التي تغطيها ، وتقدر مساحة الغابات في الأردن بحوالي ١٥٤٥ كم<sup>٢</sup> ، بما نسبته (١,٧%) من المساحة الكلية للأردن (الأحمد ، ٢٠٠٥) ، وقد تم تجهيز منشآت سياحية في تلك المناطق لاعتبارها مناطق قومية ومناطق سياحية .

#### د. المياه المعدنية والمالحة :-

للمياه المعدنية دوراً في تنشيط الحركة السياحية ، وخاصة العلاجية منها ويتواجد في الأردن العديد من المواقع التي يتوافر فيها مثل هذه المياه العلاجية . كالحمة الأردنية ، والشونة الشمالية ، وطبقة فحل ، والبحر الميت ، وماعين ، إضافة إلى حمامات زاره وعفره .

#### ه. الصحراء الأردنية :

هي هضبة تغطي نحو ٨١% من مساحة الأردن ، وأهم ما تتميز به تنوع مظاهر سطحها ، ومنظرها الجميل ، حيث يتواجد وادي رم الذي يعتبر نقطة استقطاب العديد من السياح الذين يبحثون عن جمال الطبيعة وهدوئها ، والسياحة الصحراوية ، وسياحة المغامرات ، وتسلق الجبال . كما يتناثر في الصحراء بعض الواحات كواحة الأزرق التي تمتاز بوفرة مياهها وخضرة أرضها ، مما يجعلها محطة استراحة للسياح والمسافرين .

#### ثانياً : المقومات التاريخية والحضارية :-

يعتبر الأردن متحف آثار مفتوح لما يضم من روائع تاريخية وثقافية لتعاقب كثير من الحضارات والأمم على أرضه ، وتعد زيارة الأماكن الأثرية والتاريخية عاملاً رئيسياً في العرض السياحي ، ودافعاً رئيسياً لمعظم السياح الوافدين لها . وأبرز الآثار الباقية في الأردن اليوم والمائلة بشموخ فتعود لعدة حضارات تاريخية كالحضارة اليونانية والبيزنطية والرومانية والنبطية والحضارة الإسلامية.

وتتوفر في الأردن كثير من المعالم الحضارية كمدينة الحسين للشباب ، والجامعات الأردنية ، والمركز الثقافي الملكي ، ومحمية ضانا ، بالإضافة إلى منشآت اقتصادية بارزة كالمصانع ، وسلاسل الفنادق العالمية وغيرها ، والتي تتم عن تطور الأردن وازدهاره .

كما وتعتبر إقامة المعارض التجارية والصناعية ، والمهرجانات الثقافية ، كمهرجان جرش الثقافي والذي يعقد في صيف كل سنة ، أو المهرجانات الرياضية في العقبة لأغراض التزلج والغطس وغيرها من النشاطات والمعالم الحضارية الجاذبة للسياح .

مما سبق يتضح لنا انه تتوفر في الأردن المقومات الطبيعية والتاريخية والدينية والحضارية ، التي تجعله محط أنظار كثير من السياح في العالم ، إضافة إلى ما يتميز به من اعتنائه بالتراث والفلكلور الشعبي الذي هو جزء من هوية شعبة ، الذي يحمل



بطياته الود والترحاب لكل سائح ، مما يعطي للسائح الشعور بالأمان الشخصي ، وما يتمتع به الأردن من سمعة طيبة واستقرار سياسي ساعدته على التطور والازدهار والتقدم من خلال وجود خدمات سياحية مساعدة ، لتهيئ جواً استثمارياً سياحياً جيداً، وتقديم الخدمات المتنوعة والجيدة للسائح في الأردن .

### ثالثاً : المقومات الثانوية " الخدمات السياحية " :-

تساند الخدمات السياحية المتوفرة في الأردن العرض السياحي الهادف إلى جذب السياح ، وتوفير الراحة والخدمة لهم ، بمستويات ترضي رغباتهم وأذواقهم ، باختلاف مستوياتهم وثقافتهم. والخدمات السياحية تسهم بشكل مباشر في إنجاح العملية السياحية ، حيث يقترن ازدهار الحركة السياحية بتطور الخدمات السياحية ونضج مفهومها ، وتتطرق الباحثة في هذا البند إلى أهم الخدمات السياحية المتوفرة في الأردن والتي تساعد على الارتقاء بالمستوى السياحي :-

#### أ. الخدمات الفندقية :

تعتبر أوثق المؤسسات صلة بالسياحة ، وأكثرها اعتماداً عليها ، ولهذا قامت وزارة السياحة بتشجيع بناء الفنادق لمواجهة الزيادة المطردة في أعداد السياح . فقد شهد القطاع الفندقي الأردني تطوراً كبيراً من حيث زيادة إنشاء الفنادق ، وكانت معظم هذه الزيادة بأموال وجهود القطاع الخاص بدعم من القطاع العام . حيث بلغ عدد الفنادق ( المصنفة وغير المصنفة ) ( ٤٧٦ ) فندقاً لعام ٢٠٠٦ موزعة على جميع مناطق المملكة السياحية، وتحتوي على ( ٢١,٦٠٩ ) غرفة و( ٤٢,٠٢٤ ) سريراً، وبنسبة أشغال بلغت ( ٤١,٣٠ %) ( وزارة السياحة والآثار، ٢٠٠٧ ) .

ب. مكاتب السياحة والسفر :

تلعب مكاتب السياحة والسفر دوراً هاماً في عملية تنشيط السياحة الوافدة والداخلية بحيث تعمل على استقطاب المجموعات السياحية إلى الأردن ، وكذلك تنظيم رحلات السياحة داخل الأردن وخارجها للأفراد والمجموعات ، من حيث التسويق ، والنقل ، والإيواء ، وتقديم الطعام والشراب ، واستقطاب السياح بالوسائل الترويجية المختلفة . وقد ارتفع عدد المكاتب السياحية في الأردن من ( ٤٠٣ ) مكتباً عام ٢٠٠٢ إلى ( ٤٤١ ) مكتباً عام ٢٠٠٦ ، وبلغت نسبة الزيادة بواقع ( ٩,٣ %) ، وقد جاء هذا الارتقاء لمواكبة زخم الحركة السياحية في السنوات الأخيرة . ( وزارة السياحة والآثار، ٢٠٠٧ )

### ج. مكاتب تأجير السيارات السياحية :-

تساهم مكاتب تأجير السيارات السياحية في زيادة مرونة تنقل السياح بين المواقع السياحية في الأردن . حيث بلغ عددها (٢٠٧) مكتباً عام ٢٠٠٦ ، كما ازداد عدد السيارات السياحية من (٤٠٨٩) سيارة عام ٢٠٠٢ إلى (٥٨٦١) سيارة لعام ٢٠٠٦ ، أي بنسبة زيادة مقدارها (٩٠,٩%) (وزارة السياحة والآثار ، ٢٠٠٧) ، وتعود هذه الزيادة إلى عدة عوامل منها مواكبة نشاط الحركة السياحية ، والتسهيلات التي قدمتتها الحكومة إلى هذه المكاتب لتفعيل دورها في تنشيط الحركة السياحية .

### د. الأدلاء السياحيين :-

يلعب الأدلاء السياحيين دوراً خاصاً في الحركة السياحية ، حيث يساهموا في التعريف بالمقومات السياحية المتوفرة في الأردن وإبرازها بشكل منسق ، ويعظم الفائدة التي يطلبها السائح من أهداف زيارته إلى الأماكن السياحية . ويحصل الدليل السياحي على تصريح مزاوله المهنة من قبل وزارة السياحة بعد تأهيله أكاديمياً من قبل الكليات السياحية والفندقية ، والتي بدورها تقوم بإعداد الأدلاء السياحيين إعداداً جيداً ، وترشدهم لفن معاملة السياح ، والطريقة المثلى لنقل الصورة الأمنية ليتركوا انطباعاً ايجابياً في نفوس الوفود السياحية .

وقد بلغ عدد الأدلاء السياحيين المرخصين عام ٢٠٠٠ حوالي (٥٧٠) دليلاً ، ثم ارتفع إلى أن وصل (٦٤٦) دليلاً سياحياً عام ٢٠٠٦ ، بنسبة زيادة مقدارها (٣,٤%) (وزارة السياحة والآثار ، ٢٠٠٧) .

### هـ. متاجر التحف الشرقية :-

يوجد في الأردن العديد من متاجر التحف الشرقية التي تبيع التحف والهدايا التذكارية للسياح مثل الأواني النحاسية ، والصدف ، والفضيات ، والخشبيات ، والأدوات الفخارية ، والملابس التقليدية ، والمطرزات ، والبسط . حيث أدى هذا إلى تشجيع الصناعات اليدوية الوطنية . كما لعب دوراً كبيراً في زيادة إيرادات قطاع السياحة ومساهمته في الناتج المحلي الإجمالي ، وقد بلغ عدد المتاجر (٢٧٤) متجراً عام ٢٠٠٦ ، وبنسبه زيادة مقدارها (١٦,١%) عما كان متوفراً في عام (٢٠٠٠) (وزارة السياحة والآثار ، ٢٠٠٧) .

## و. شركات النقل السياحي :-

تساهم شركات النقل السياحي بتسهيل تنقل السياح والمجموعات السياحية داخل الأردن ، وفي تنظيم رحلات سياحية داخلية إلى المناطق السياحية ، وتتوفر في الأردن شركات نقل سياحية عديدة منها : شركة النقل السياحية الأردنية (جت) ، وشركة بئرا للنقل السياحي ، وشركة الثقة للنقل السياحي ، والملكية الأردنية والتي لها الدور الفعّال في نمو الحركة السياحية في الأردن من خلال اتصالها بالأسواق العالمية .

وتتميز السياحة في الأردن بتنوع أشكالها ، وذلك نتيجة لتنوع المناخ والتضاريس فيها ، حيث يأتي إليها السياح من مختلف بقاع العالم لممارسة مختلف أنواع السياحة ، وقد أورد مقابلة وآخرون (٢٠٠٠) الأنماط السياحية المتوفرة داخل الأردن بما يلي :-

### ✓ السياحة الدينية :

والتي تتمثل بزيارة المزارات والأضرحة وأماكن المقدسات الإسلامية والمسيحية أو المشاركة في الاحتفالات والتظاهرات الدينية .

### ✓ السياحة العلاجية :

وتتمثل في زيارة المناطق العلاجية سواء كانت مياه معدنية أو مياه مالحة ، حيث أن المياه المعدنية الحارة تعتبر علاج شامل من كثير من الأمراض .

### ✓ سياحة المغامرة :

ويقصد بهذا النوع من السياحة زيارة الأماكن البعيدة عن المدن كالجبال والصحاري المنتشرة في أماكن عديدة من المملكة في جبال الشراة وغابات عجلون ومنطقة وادي رم والأزرق والمنطقة الصحراوية الواقعة جنوب شرق المملكة .

### ✓ السياحة التاريخية :

وتتمثل بزيارة الأماكن الأثرية . ففي الأردن يتوفر عدد كبير من المواقع التاريخية كالبتراء وجرش وقلعة الربيض في عجلون وغيرها .

### ✓ السياحة التجارية :

والدافع هو زيارة المعارض والمصانع والأسواق التجارية والاتصال بالوكلاء . وأصبح الأردن شديد الاهتمام بهذا النوع من خلال توقيع اتفاقية الشراكة الأوروبية وتشجيع الاستثمار والتصدير .

### ✓ السياحة التعليمية :

من خلال سياسة وتوجيهات الحكومة بالخصصه والعولمة أقيمت العديد من الجامعات والمعاهد والتي تستقطب أعداد هائلة من الطلبة من البلدان العربية المجاورة.

### ✓ السياحة الثقافية :

والتي تتمثل بحضور الندوات والمؤتمرات والمهرجانات بأنواعها .

### ✓ السياحة الرياضية :

وهي تلك التي يهدف منها السائح إلى ممارسة أو مشاهدة أنواع الرياضات التي تتناسب وطبيعة البلد الذي يزوره .

## ■ مستقبل السياحة الأردنية :

إن توقعات نمو السياحة في الأردن واعدة حقاً، فجمال الطبيعة المتنوع وتراث الأردن الثقافي العريق والذي توج أخيراً باعتبار البتراء من عجائب الدنيا الثقافية السبع الجديدة ، يمكنان من جذب أعداد متزايدة من السياح للمنطقة، وإذا بقيت الأوضاع السياسية الراهنة في هدوء ، ولم تحدث التوترات أو الاضطرابات باعتبار أن هذا القطاع شديد التأثر بالأحداث السياسية والتقلبات الاقتصادية في المنطقة ، ففي ضوء ذلك يتوقع أن تنشط السياحة في الأردن وذلك من خلال زيادة عدد السياح القادمين إليها ، حيث كشفت الأرقام الأخيرة الصادرة عن وزارة السياحة الأردنية أن عدد السياح الذين قدموا إلى المملكة خلال الأشهر الستة الأولى من عام (٢٠٠٧) قد سجل ارتفاعاً ملحوظاً بلغت نسبته ١٣,٨% مقارنة بالفترة نفسها من العام الماضي ووصل عدد الزوار إلى ٣ ملايين زائر مقابل ٢,٦ مليون زائر عام (٢٠٠٦ م) (وزارة السياحة والآثار، ٢٠٠٧). وبزيادة أعداد السياح القادمين فإنه سيؤثر ايجابياً على عائدات المملكة المتحققة من السياحة ، وبالتالي ينعكس ذلك ايجابياً على ميزان المدفوعات الأردني .

ومن أجل مواجهة زيادة الطلب السياحي إلى الأردن ، فلا بد من رفع مستوى نوعية الخدمات المقدمة في مختلف الأنشطة ، وخاصة في أماكن الإيواء والنقل ، إضافة إلى محاولة تنمية وتطوير أنماط حديثة من السياحة واستغلالها في جذب العديد من السياح وليس الاعتماد على أنواع محددة وتقليدية من السياحة ، والعمل على الاهتمام بتدريب الأيدي العاملة ، وذلك لجذب الاستثمارات السياحية وتوفير البنية التحتية والأساسية اللازمة لمثل هذا التطور في الطلب .

ومن المتوقع أن تزداد الاستثمارات السياحية في الأردن عن المعدل العالمي بنسبة ٥٠% بحلول العام (٢٠٢٠) وذلك إذا ما تحقق النجاح المتوقع للاستثمارات العربية والدولية وتعزيز القوة التنافسية (الرأي ، ٢٠٠٧ )

وتتوقع وزارة السياحة أن يزداد الدخل السياحي من (١,١٦٤) مليار دينار عام (٢٠٠٦) إلى (١,٧٧) مليار دينار نهاية عام (٢٠٠٧) ، وأن يخلق قطاع السياحة (٧٠) ألف فرصة عمل حتى ذلك الحين، إضافة إلى تحقيق عوائد حكومية من هذه المداغل تصل إلى (٤٠٠) مليون دينار بحلول عام (٢٠١٠) م (الرأي ، ٢٠٠٧) .

وهذه الزيادة تتسجم مع توقعات التطور في الطلب السياحي وتقديرات الاستثمارات السياحية، الأمر الذي يتطلب زيادة عدد المعاهد ، ومراكز التدريب ، و تنظيم الأنشطة السياحية الأخرى ، والنهوض بالصناعات التقليدية ، لأنه في ظل زيادة حجم الاستثمارات السياحية المتوقعة فمن الطبيعي ازدهار وتنشيط باقي الأنشطة السياحية ، والقطاعات ذات العلاقة المباشرة وغير المباشرة في القطاع السياحي ، مما يدر دخلا للعاملين في منشآت هذه الأنشطة وللاقتصاد الوطني بشكل عام .

إلا أن هذا التطور لا يخلو من وجود سلبيات متوقعة ، كزيادة الضغط على البنية التحتية ، ووسائل النقل ، والازدحام المروري ، وإحداث التلوث البيئي ، وإهلاك للمواقع الأثرية والسياحية المختلفة .

وعلى الرغم من أن انتقال الإنسان من مكان إلى آخر يعتبر ظاهرة قديمة، إلا أن السياحة لم تبلغ تطورها الحاسم إلا بعد الحرب العالمية الثانية وهي الفترة التي تميزت بارتفاع مستوى الدخول الفردية وحصول الأفراد على مزايا جديدة كتخفيض ساعات العمل والإجازات المدفوعة، وأدى ذلك إلى أن أصبحت شريحة كبيرة من الطبقات في المجتمع في دول كثيرة قادرة على تحقيق فائض من الدخول يوجه إلى إشباع حاجاتهم الإنسانية في قضاء الإجازات (سلوم، ١٩٩٨) .

والآن يتجه العالم مع تطور العلم والتكنولوجيا إلى النهوض بمستوى حياة الإنسان وتوفير سبل الراحة له والعمل بصفة مستمرة على مراعاة إحساسه بأدميته. فالإنسان يحتاج دائماً إلى ترويح بدني ومعنوي وروحاني حتى يتسنى له تجديد طاقته وتحمل مسؤوليات الحياة اليومية وتبعاتها.

وترتب على هذا الاتجاه تغيير كبير في طابع السياحة وخصائصها فأصبحت ديمقراطية في طابعها، اجتماعية في خصائصها لشمولها قطاعات كبيرة من الشعوب ،بالإضافة إلى كونها وسيلة لدعم الاقتصاد.وتزايدت الحركة السياحية الدولية بدرجة كبيرة حتى أصبح السياح يمثلون ٥% من السكان في العالم

لقد اتجه الفكر الحديث للترويج واستغلال أماكن بذاتها في دول العالم لينتقل إليها الفرد في موسم الركود السياحي نظراً لطبيعة المناخ بهذا البلد إلى أماكن سياحية أخرى في نفس الزمن يكون مناخها مناسباً ومشجعاً للأفراد ، وعلى السفر بعيداً عن المناخ الموجود، أو حياً في الاشتراك في رياضة يفضلها ولا يستطيع ممارستها في بلده .

وأدى ذلك الفكر الحديث إلى إقامة الدورات الرياضية المعروفة عالمياً والتي تشترك فيها دول العالم كل فترة زمنية معلومة (مسبقاً) ، فتستعد الدولة المضيفة بما هو مطلوب لإقامة الدورة الرياضية من أماكن الممارسة إلى أماكن الإقامة للوفود التي تصل بعضها إلى آلاف المشتركين في بلدة واحدة ، وعلى هذا تعمل هذه الدولة أيضاً على إيجاد سبل التسلية والترويج لهذه الوفود وما يصاحبها من مشاهدين جاء ولمشاهدة هذه الدورات الرياضية وفي نفس الوقت زيارة ما يمكن زيارته من أماكن سياحية أو ما أنشئ حديثاً استغلالاً لوجود الآلاف من الزائرين للبلاد المنظمة للدورة (الجلاد، ٢٠٠٢) .

لهذا اتسعت رقعة الجذب السياحي الرياضي في أماكن عديدة من دول العالم واستغلال ما تملكه من منشآت صناعية أو أماكن طبيعية بإقامة مناسبات رياضية في هذه الأماكن ، مثال ذلك ما حدث لدورة الألعاب الأولمبية في لسوس أنجيلوس عام ١٩٨٤م ، حيث تمتلك هذه المدينة أماكن سياحية عالمية كدزني لاند ، كذلك ما حدث في دورة سول في كوريا الجنوبية ١٩٨٨م . والمعلوم أن جميع الدورات الرياضية السابقة لهاتين الدورتين كانت تسبب خسارة مادية للمدينة المضيفة إلا أن الفكر الحديث في استغلال الأحداث الهامة اقتصادياً كان وراء نجاح دورة لسوس أنجيلوس ودورة سول وما تبعهما من دورات رياضة أخرى في مختلف بقاع لعالم والتي حققت أرباحاً لدولها على غير المألوف. (طاهر، ٢٠٠١) .

فقد كانت فلسفة السياحة الرياضية لها وجهان : الأول منها : الترويج السياحي في مواسم ركوده ، والآخر التنشيط لرياضة معينة واستغلالها في هذه المواسم الراكدة سياحياً وجذباً لهواة هذه الرياضات للاشتراك فيها وممارسة ما يحبون، بالإضافة إلى إتاحة الفرصة لهم لمشاهدة الأماكن التي تعد مزاراً سياحياً لمزيد من الزيارات المستقبلية بما يعدونه لهذه الأماكن من إنشاءات استغلالاً لموقع طبيعي أو أثر تاريخي أو ما يشابه ذلك مما يدعم الحركة السياحية بجوار دعم الحركة الرياضية أو بالعكس. (عبد المقصود، ١٩٩٦) .

## ❖ تعريف السياحة الرياضية :

يشير ( Hall ) أن السياحة الرياضية تقع ضمن تصنيف السفر للمشاركة في الحدث الرياضي أو السفر لمشاهدة الحدث ، وعليه فإن السياحة الرياضية يمكن أن تعرف بأنها زيارة الأماكن السياحية من خلال المشاركة في الأنشطة الرياضية أو مشاهدتها ، ويمكن أن تكون السياحة الرياضية سلبية أو ايجابية. فسياح الرياضة السلبية هم السياح الذين قدموا لمشاهدة البطولات والدورات الرياضية وأجازاتها ، أما سياح الرياضة الايجابية هم الذين يشاركون في الأنشطة الرياضية وأجازاتها ، حيث تكون الرياضة هي الهدف الرئيسي من الرحلة . (Hall, ١٩٩٨) .

وهناك نوعان من أجازات الأنشطة الرياضية كما وردت عن (Deknop, Standeren, ١٩٩٩) :

- (١) إجازة الأنشطة الرياضية الفردية .
- (٢) إجازة الأنشطة الرياضية الجماعية المشتركة حيث تكون هناك عدة أشكال من الرياضة ( نوادي رياضية ، أو مخيم تدريبي ) .

وهذان النوعان من الرياضة يعرفان من خلال المشاركة في رياضة منظمة خلال الإجازة على شكل مجموعات مثل: الألعاب الشاطئية ، أو من خلال الرياضات الخاصة أو المستقلة كالمشي أو لعب الغولف .

ويعرفها الميداني (١٩٩٨) بأنها : انتقال الأفراد بصفة مؤقتة من البلد الذي يعيش فيه على سبيل الاعتياد إلى بلد آخر بغرض المشاركة في المناسبات الرياضية وما يصاحبها من نشاطات مختلفة .

## ❖ أهمية السياحة الرياضية :

السياحة الرياضية هي أحد دعائم الصناعة الحديثة ولا بد أن نوليها الاهتمام الكافي حتى نستطيع أن نجني ثمارها . ويؤكد Davidson (١٩٩٨) انه حتى يكون المكان بمثابة مقصد سياحي يجب أن يجذب المسافرين بعيداً عن منازلهم ليسأهدوا أماكن جذابة وليستخدموا الامكانيات المتوفرة ، وفي أغلب الأحيان يكون استخدام الامكانيات شيئاً ضرورياً للغاية .

ويرى عبد الوهاب (١٩٩٩) أن الكثرة العددية للسائحين وحدها ليست هي المعيار الوحيد لقياس الأهمية الحقيقية للسياحة في الدولة بل يجب أن نأخذ بعين

الاعتبار ما هي نوعية السائح التي يجب أن يأتي إلينا ؟ ويؤكد أيضاً انه يجب علينا أن نطرح مقوله تعظيم عدد السائحين إلى دولة المقصد السياحي جانباً، لأن أهم الاعتبارات التي تحكم التنمية السياحية هو تحليل التكلفة والمنفعة بحيث تزيد المنفعة على التكلفة ليس فقط على المدى القصير ولكن على المدى البعيد كذلك .

وبشير طاهر (٢٠٠١) ، أن تحقيق فوائد السياحة الرياضية للدولة يتم عن طريق مايلي :

- (١) الإعلام المباشرة وغير المباشر قبيل وأثناء وبعد الحدث الرياضي .
- (٢) توعية الشعوب رياضياً وسياحياً .
- (٣) التعبئة العامة للفنادق وأماكن الإقامة على اختلافها .
- (٤) ازدياد الحركة والقوة الشرائية في البلاد .
- (٥) تشغيل مرافق الدولة من وسائل نقل وترفيه وغيرها .

أي أن السياحة الرياضية تحقق زيادة في عدد الليالي السياحية كما أنها تعظم من مستوى الإنفاق ولأن السائح الرياضي سيحقق الانتظام والتكرار في زيارة دولة المقصد السياحي سواء للاشتراك بالمسابقات أو لمتابعتها ، وعلى الجانب الأخر سيحقق مستوى إنفاق عالي ومتميز وذلك لعدة أسباب منها :-

- (١) طول مدة إقامة السائح في دولة المقصد .
- (٢) غالباً ما يكون المتابعون للمباريات من أصحاب الدخل المرتفعة وذوي الإنفاق العالي .
- (٣) رواج الأسواق والمنتجات خلال هذه المسابقات .

حيث يؤكد أبو قحف على أن السياحة الرياضية تحقق ذلك من طول مدد الإقامة وكيفية إنفاق السائحين ، وتكرار الزيارات ، كما أن الدولة التي ترغب في تنمية السياحة الدولية إليها يجب أن تبدأ في تقويم مواردها السياحية وتصنيفها وفقاً لمعايير موضوعية وكمية . (أبو قحف، ١٩٩٧) .

ويرى الميداني (١٩٩٨) أن السياحة الرياضية لها أحد أهم عوامل الجذب السياحي الحديث التي تحقق التنوع والتغيير في مصادر الجذب السياحي للدولة إلا أن المجال الرياضي الذي كان منذ القدم أحد الوسائل الهامة للتعرف والترويج عن النفس وإظهار القوة والقدرة الجسمانية أصبح الآن أحد الوسائل السياحية التي يتهافت عليها الإنسان من كل صوب .



ومن ناحية أخرى يؤكد بيتي ويومان (٢٠٠٤) على الجانب الاقتصادي للأحداث الرياضية في دراستهما حول عمليات قضاء أوقات الفراغ . و يشير الباحثان أن الأثر الاقتصادي للأحداث الرياضية الرئيسية ذات أهمية خاصة عند العمل على جذب الاستثمارات في قطاع الرياضة .

وبنفس الاتجاه يؤكد غرهام وآخرون (٢٠٠١) أن العوائد الاقتصادية المتوقعة قد حفزت العديد من المدن على المشاركة في حقل السياحة الرياضية ، ولكن من أجل زيادة هذه العوائد هناك ضرورة لإجراء تعاون مستمر بين المؤسسات الرياضية والسياحية كما يشير إلى أنه من خلال العمل التعاوني تستطيع المؤسسات تخفيض كلفة التسويق وبنفس الوقت زيادة حضور جمهور الرياضة من خلال تعزيز دور الرياضة خلال المواسم المختلفة .

ويصف ماسترمان "Masterman" (٢٠٠٤) ، مستوى الفوائد التي لا يمكن قياسها للسياحة الرياضية حيث يقول : " أن هناك بعض الفوائد التي لا يمكن قياسها مثل: خلق أسطورة الرياضة ، وأرث للرياضة بشكل عام ، وهناك أثر واضح للرياضة أيضاً يتمثل في القيمة الاجتماعية ، الثقافية ، البيئية ، وهذه القيمة أكبر على المدى الطويل" .

ويشير أيضاً إلى أن الفوائد الاقتصادية للسياحة الرياضية للمدن المضيفة كبيرة جداً خاصة إذا تم نقل الأحداث الرياضية عبر وسائل الإعلام ، أو كانت نوعية الأحداث الرياضية جيدة وقادرة على جذب عدد كبير من المشاهدين، هذا بالإضافة إلى أن السياحة الرياضية يمكن أن تقوم على المستوى السياسي خاصة للحكومات المحلية الداعمة للأحداث الرياضية .

فمن خلال نظرة سريعة على هدف كلا من السياحة والرياضة نجد أن كليهما مشترك في نفس الهدف ويعتمد على جذب مختلف شعوب العالم إلى اللقاء في أماكن متفرقة ومختلفة محببة للنفس وتقريباً لوجهات النظر وكسراً للجمود بين الشعوب من خلال لقاءات الشباب وتعرفهم على عادات وتقاليد الآخرين ، فكما أن الممارسة الرياضية تسهم في تحقيق الذات وإشباع الرغبات والنواحي الاجتماعية والروحية والعاطفية فإن السياحة كمنشأ إنساني على درجة كبيرة من الأهمية ليس فقط من جانبها الاقتصادي لكن أيضاً من النواحي الاجتماعية والسياسية والبيئية والتعليمية . (الجلاد ، ٢٠٠٢)

إن ظهور ذلك الاتجاه الجديد لتسويق السياحة عن طريق الأنشطة الرياضية تحت مسمى السياحة الرياضية ( وخاصة إذا ما كان ذلك في فترات التوقف للأنشطة في توقيتات محددة ومعروفة مسبقاً مما يستدعي معه نقل النشاط لدول أخرى في

أماكن أخرى من العالم ) لمن الأهمية كأحد أهم الأسباب للجذب والتسويق والترويج للسياحة . (دعبس، ٢٠٠٣) .

ولقد حققت دول كثيرة التميز في تنفيذ ذلك الاتجاه الرائد للترويج السياحي عن طريق استفادة تلك الدول من الرياضية في تحقيق منتج سياحي جديد وأحسن استغلاله وتقديمه كأحد عوامل الجذب السياحي ، لان الرياضيين والمهتمين بالرياضات المختلفة ينقلون من مكان إلى آخر ومن بلد إلى بلد آخر سعياً وراء الاشتراك في مسابقة رياضية أو متابعتها ومتابعة أبطالها يتنافسون بها لإشباع رغباتهم الرياضية وهو ما يعبر عن السياحة بأبسط تعاريفها .

وهذا ما نجحت في تحقيقه المملكة المتحدة في صورة بطولتها السنوية للتنس التي يتنافس على لقبها الأبطال العالميين ويتابعها مباشرة آلاف السائحين والمهتمين برياضة التنس من مختلف دول العالم الذين يقصدون بريطانيا في ذلك الوقت من كل عام ، وما يحققونه من زيادة في الدخل ورواج للسلع والمبيعات سواء الرياضية وغير الرياضية طوال مدة البطولة ، مما يزيد من عدد الليالي السياحية ، كما أنه يحقق نوعية السائح المتميز المنتظم وكذلك التميز في كيفية الصرف والشراء وليس الاعتماد على الكم العددي فقط للسائحين ، أما عن الطريق غير المباشر يتمثل في المتابعة للبطولة عبر شاشات التلفزيون وصفحات الجرائد والإعلان عن اسم الدولة في كافة أرجاء العالم وما يتبع ذلك من رواج سياحي عالمي .

بالإضافة إلى كافة الدورات والبطولات ( العالمية ، القارية ، الاولمبية ) ، فقد أصبحت هذه البطولات تحقق رواجاً عظيماً للدولة المضيفة مما أدى إلى تدخل سياسة هذه الدول لتتال شرف تنظيم مثل هذه البطولات نظراً لما تحققه من مكاسب جمه تجنيها الدولة من جراء تنظيمها لتلك البطولات ، إضافة إلى ذلك ما أستحدث من بطولات دولية تقيمها بعض الدول مستخدمة ما لديها من عوامل جذب وامكانيات طبيعية لتحقيق الرواج السياحي لها عن طريق ممارسة تلك الرياضات مما يؤدي إلى الازدهار والتقدم لمختلف نواحي الدولة . (حجاب ، ٢٠٠٢) .

#### ❖ مقومات السياحة الرياضية :

يمكن تقسيم مقومات السياحة الرياضية إلى قسمين حسب ما أوردها الشافعي وآخرون (٢٠٠٤) إلى :-

## أولاً : المقومات المادية للسياحة الرياضية وتشمل :

- (١) امكانات التمويل : وهي التي تتعلق بتمويل المشروعات السياحية الرياضية ( كالبطولات والمناسبات الرياضية ، والجوائز التي تمنح بها ) مما يضع تلك البطولات في مصاف البطولات العالمية . وكذلك العمل على جذب الاستثمارات العالمية للاستثمار في مجال السياحة الرياضية وإعداد الامكانات اللازمة لها .
- (٢) الإمكانيات الخاصة بالمنشآت : وتتعلق بالمنشآت السياحية والرياضية من قرى رياضية متكاملة بالمناطق القريبة من المناطق السياحية ، الفنادق المجهزة بالإمكانات الرياضية وأماكن الترفيه والترويح .
- (٣) الامكانات الخاصة بالأدوات والأجهزة : وهي التي تتعلق بالأدوات الرياضية وأجهزة التدريب وأماكن صيانتها وتخزينها للحصول على أكبر استفادة منها .
- (٤) الامكانات الخاصة بالإعلام والتسويق : وتتعلق بالإعلان عن المناسبات الرياضية والتسويق الجيد لها حتى تستطيع من خلالها الحصول على عدد أكبر من السائحين والرياضيين .
- (٥) الامكانات البيئية الطبيعية : وتتعلق بالمناطق الأثرية والجبال والصحاري والشواطئ وما إلى ذلك من طبيعة متميزة ومتفردة، والعمل على الحفاظ عليها والاستفادة منها بشكل أفضل مما يحقق التميز للسياحة الرياضية .

## ثانياً : المقومات البشرية للسياحة الرياضية وتتضمن :

- (١) العاملون في مجال السياحة الرياضية : وهم كافة الأخصائيين العاملين بالمجال ، ونوعيه تدريبيهم وإعدادهم وتخصصهم وعلى من يجب العمل بذلك المجال .
- (٢) الهيئات المسؤولة عن السياحة الرياضية : ويتعلق ذلك بالهيئات الرسمية وغير الرسمية التي يرتبط عملها بالسياحة الرياضية وتحقق النجاح لها .
- (٣) المستفيدون من السياحة الرياضية : تستفيد الدولة بكامل هيئاتها وأفرادها من جراء السياحة الرياضية وتعود بالنفع على كافة الجهات .
- (٤) الهيئات العلمية المرتبطة بالسياحة الرياضية : وهي كافة الجهات التي يجب عليها العمل على إعداد الأخصائيين وحسن تدريبيهم وإعدادهم بصورة متميزة قادرة على تحقيق النجاح للسياحة الرياضية .

## ❖ عوامل الجذب السياحي الرياضي :

هذا المجال الجديد من السياحة يحتاج لوجود الإمكانيات التي تساعد على تحقيق الجذب السياحي المتميز له ، وبعض تلك الإمكانيات تتوفر في نواحي مختلفة ، الطبيعية منها أو المصنعة ، البشرية منها أو المادية ، وتختلف الإمكانيات السياحية عن الإمكانيات الرياضية في نواحي وتتفق معها في نواحي أخرى . ويمكن البحث عن ذلك المزيج المكون لإمكانيات السياحة الرياضية ومحاولة إيجاده أن يوفر منتجاً سياحياً جديداً ، وذلك عن طريق معرفة عوامل الجذب السياحي الرياضي .

حيث يرى Hall (١٩٩٨) أن هناك عدة عوامل للجذب السياحي الرياضي تتمثل في :

- (١) توافر الإمكانيات المادية والترويج على المستوى المحلي والإقليمي والدولي بحيث يمكن مواقتها مع احتياجات أوقات الفراغ .
- (٢) توفير جميع الإمكانيات اللازمة للرياضة والترويج وأوقات الفراغ عن طريق إعداد المزيد من المساحات الخضراء والملاعب الرياضية .
- (٣) إعداد برامج التدريب لكافة المستويات وبصفة خاصة للقادة في هذا المجال .
- (٤) المحافظة على البيئة الطبيعية وعدم المساس بالإمكانيات المتوفرة بها .

كما أضاف بعض الخبراء السياحيين عدة عوامل أخرى منها :

- ✓ الظروف الطبيعية : كالشواطئ ، اعتدال المناخ، أماكن السفاري والصحراء .
- ✓ وجود المناطق الأثرية القريبة من المشروع السياحي الرياضي وسهولة الوصول إليها .
- ✓ موقع المشروع وسهولة الوصول إليه .
- ✓ الناحية الطوبوغرافية : وهي نسب ارتفاع وانخفاض الأرض والأكسجين والرطوبة .
- ✓ التسهيلات الفندقية المتكاملة : الملاعب ، الطب الرياضي ، المحلات الرياضية (Page and Hall, ٢٠٠٣) .

وأشار الميداني (١٩٩٨) أن عوامل الجذب السياحي الرياضي يمكن تلخيصها بالنقاط التالية :

- ✓ الاستفادة والاستعانة بالخبراء العالميين في مجال السياحة الرياضية .
- ✓ الاتصال بشركات الإدارة الدولية المتخصصة في هذا المجال للمساهمة في إعداد دراسات الجدوى والإدارة الفعلية وإعداد الكوادر المتخصصة في ذلك .
- ✓ الاتصال بالمساهمين والمستثمرين لتمويل مثل هذه المشروعات .

- ✓ إعداد كوادر فنية متخصصة في مجال الرعاية الصحية والعلاج الطبيعي والرياضة .
- ✓ إقامة مؤتمر دولي تدعى إليه شركات السياحة العالمية والإتحادات الرياضية ورجال الأعمال لمناقشة التطورات والمشكلات .

كما أشار ماسترمان (٢٠٠٤) ، انه يمكن إجمال عوامل الجذب السياحي الرياضي بما يلي :-

- (١) الاهتمام بوجود أبطال عالميين من أصحاب المستوى الرفيع للمشاركة في المناسبات السياحية الرياضية .
- (٢) توفير رؤوس الأموال الكافية للعمل في مجال السياحة الرياضية .
- (٣) العناية بالمنشآت السياحية والعمل على تواجدها وتنوعها .
- (٤) العمل على إيجاد العاملين أصحاب الخبرة بمجال السياحة الرياضية .
- (٥) توافر الخدمات المقدمة للسائحين .
- (٦) توفير المناسبات السياحية الرياضية على المستوى المتميز .
- (٧) العمل على تنويع المناسبات والمهرجانات واستمرارها على مدار العام .

#### ❖ تسويق مقاصد السياحة الرياضية :

يعتبر التسويق أمراً مهماً في حياتنا حيث يتطلع كل منا إلى الحصول على احتياجاته المختلفة من المصادر المتاحة ، وهي بالعادة مختلفة ومتعددة لذلك يجتهد أصحاب المصالح الاقتصادية المختلفة من منتجي السلع والخدمات والأفكار في الوصول للمستهلكين أو إقناعهم بشراء السلع والخدمات التي ينتجونها دون غيرهم . والتسويق لا يقتصر فقط على عملية البيع والإعلان عن المنتج بل تشمل أيضاً توفير المنتج المطلوب في المكان المناسب وفي الوقت المناسب وبالسعر المناسب (القریوتی، ٢٠٠١) .

فالتسويق يمثل أحد الأنشطة الأساسية التي تقوم بها مؤسسات الأعمال الحديثة كما يعد محوراً استراتيجياً ، لأنه يعتبر مواجهة بين المؤسسة والبيئة التي توجد فيها . والنشاط التسويقي هو بمثابة النافذة التي تطل من خلالها المنظمة على البيئة فهي الجهة الأولى والرئيسية التي تقوم بمراقبة ما يحدث في البيئة الخارجية المحيطة من عوامل أو متغيرات مؤثرة في نشاطها (علي، ٢٠٠٠) .

وكذلك فإن للتسويق دور كبير في تحقيق أهداف النمو والازدهار الاقتصادي فوجود نظام تسويقي جيد ومتكامل ومتقدم في أي بلد يقوم بالترويج لمنتجاته بشكل جيد ومناسب لا شك أنه سيرفع من حجم التبادل التجاري مع البلدان الأخرى وتحقق أرباحاً كبيرة . فمدى نجاح المؤسسة في أداء النشاط التسويقي يحدد إلى درجة كبيرة مدى النجاح الذي يمكن أن تسفر عنه عملياتها في تحقيق أهدافها (أبو قحف، ٢٠٠٠).

وتواجه المؤسسات السياحية الإقليمية والوطنية مجموعة من التحديات المرتبطة بإدارة وتسويق مقاصد السياحة الرياضية ، وترتبط العديد من المسائل التي تعتبر مهمة في عملية تسويق المقاصد السياحية بالصورة التي يجب تقديمها لهذه المقاصد .

ويشير Hinch and Higham (٢٠٠٣) أن نجاح الصناعة السياحية يعتمد بشكل أساسي على تفرد المقصد السياحي . ولهذا تواجه مؤسسات تسويق المقصد السياحي تحدي كبير في خلق صورة متميزة وفريدة له عن نظرائه من المقاصد السياحية المنافسة في نفس المجال .

ويستخدم Kotler وآخرون (١٩٩٣) مصطلح " حرب الأماكن " من أجل التأكيد على أن العولمة والتغير التكنولوجي قد عملا على زيادة المنافسة بين الأماكن لجذب الاستثمارات الداخلية والخارجية وتحويلها لأسواق والعمل على خلق منتج سياحي منها.

وينطبق هذا السيناريو على المنافسة التي نراها بين مقاصد السياحة الرياضية المختلفة . وينوه Page and Hall (٢٠٠٣) أنه من أجل الوصول إلى هذه البيئة ، تعتمد نشاطات وممارسات التسويق على جعل جانباً من المكان نوعاً من السلعة ومن ثم العمل على استغلاله وإعادة خلق أو ابتكار صورة متميزة له وذلك من أجل بيع المكان كمنتج سياحي للاستثمار أو للسياح .

ويلقي كلا من Hinch and Higham (٢٠٠٣) الضوء على العديد من المنهجيات المختلفة التي تستخدم الرياضة لتسويق المقصد السياحي وخلق صورة فريدة له. وتتضمن هذه المنهجيات ما يلي :

- (١) تطوير مصادر رياضية فريدة .
- (٢) تسخير واستخدام الأحداث الرياضية من أجل تسويق المقصد السياحي .
- (٣) استغلال العلاقات القوية بين الرياضة وبعض الدول أو المناطق والاستفادة من هذه العلاقات .
- (٤) تطوير الخدمات المرتبطة بالرياضة وعادة ما تكون هذه مرتبطة باستراتيجيات إعادة التطوير .

ويؤكد ان انه يمكن تبني هذه المنهجيات والطرق بشكل فردي أو جماعي كجزء من استراتيجية لإعادة خلق صورة جديدة للمقصد السياحي .

وتعتبر هذه أمثلة حول بعض فرص الرياضة الممكن أن تساهم بشكل واضح في الصورة أو العلامة التجارية التي يمكن من خلالها تطوير المقصد السياحي . وهنا يعتبر دور وسائل الإعلام مهماً جداً في تحقيق الهدف المطلوب وذلك لان التغطية الإعلامية للحدث الرياضي تلعب دوراً مفيداً ومهماً في بناء صورة أو علامة تجارية للمقصد السياحي .

وتعتبر الأحداث الرياضية مصدر اهتمام خاص من قبل وسائل الإعلام وهي مصدر مهم من مصادر تسويق المقصد السياحي، وذلك لقدرة الحدث الرياضي على اجتذاب عدد كبير من الأشخاص ( مشاركين ، مشاهدين) خلال فترة زمنية قصيرة وما يترتب على ذلك من تشغيل للقطاعات الأخرى في مكان إقامة الحدث الرياضي كإشغال الغرف الفندقية ووسائل النقل والاتصال وغيرها .

ويشير Porteous ( ٢٠٠٠ ) أن نشاطات تسويق المقصد السياحي الرياضي المرتبطة بوسائل الإعلام يمكن أدرجها بالنقاط التالية :

- ✓ تقارير وسائل الإعلام حول الأحداث الرياضية .
  - ✓ النقل التلفزيوني المباشر للأحداث الرياضية المقامة .
  - ✓ التسويق والإعلان الرياضي المتعلق بالحدث الرياضي ولذلك عن طريق التلفاز ، الصحف ، الإذاعة ، ... الخ .
- كما ويشير إلى أن التوجهات الجديدة لرعاية الأحداث الرياضية أو رعاية بعض نجوم الرياضة يؤدي إلى زيادة الاهتمام بالمقصد السياحي الرياضي من قبل السياح .

وأكد أن معظم الأبحاث قد ركزت على الأحداث الرياضية كمراكز جذب سياحية ، كما أكد على أن أشكال السياحة الرياضية تساهم مساهمة فعالة في الناتج الكلي للمقصد السياحي ، وقد ميز بين ثلاث أنواع من السياحة الرياضية :-

- سياحة لمشاهدة الأحداث الرياضية مثل كأس العالم .
- سياحة للمشاركة في الأحداث الرياضية كماراثون لندن ، وبطولة الماسترز التي تقام في نيويورك .
- سياحة لزيارة مراكز الجذب الرياضية المشهورة كالقلعة البيضاء (سنتياغو برنابيو) في اسبانيا والتي تعرض كافة انجازات فريق مدريد الأسباني .

ومن جانب آخر أشار Petrick (٢٠٠٢) على أهمية فهم طبيعة الزائر وسلوك السائح في المقصد السياحي ، واعتبرها من إحدى التحديات المهمة التي تواجه مدراء المقاصد السياحية الرياضية ، واعتبر سلوك الزائر خليط من الخصائص الجسمية ، والمشاعر والانفعالات ، وان عملية فهم سلوك الزائر تتطلب الاهتمام بعملية التعبير عن سلوك السياحة الرياضية .

وتنص نظرية السلوك المخطط له Ajzen and Driver (١٩٩٢) على أنه " يمكن تنبؤ سلوك السائح بناءً على اتجاهات ومعايير موضوعية ، ويتم تقييم سلوكيات السائح بناءً على الكلفة والفائدة ، وأيضاً بناءً على المخرجات السلبية والإيجابية التي يمكن أن تتولد نتيجة هذه السلوكيات " . وتشير الدراسة التي أجراها Millington وآخرون ، (٢٠٠١) والتي هدفت إلى التعرف على الدوافع والرغبات التي يمكن أن تحفز الشخص للحصول على نوع معين من الرياضة ، إلى أن سلوكيات السائح تعتبر عنصراً أساسياً من أجل الوصول إلى التنمية المستدامة للسياحة الرياضية .

وتتميز الرياضات الفردية بسلوكيات السائح الرياضية ، والتي يمكن أن تكون ذات فائدة إيجابية أو سلبية بالنسبة للمقصد السياحي ، وعادة ما تكون السياحة الرياضية النشطة ( الرياضات الفردية ، الجماعية ) ذات آثار مباشرة على المشاركين في نشاطاتها كالمتعة واللياقة البدنية والتواصل الاجتماعي .

وهناك تنوع كبير في السلوكيات المرتبطة بجماهير ومحبي الفرق الرياضية ويلاحظ Page and Hall (٢٠٠٣) أن النزاع المرتبط بالعرق والطبوس وصف مناسب لردود فعل المشاهدين نحو بعض الرياضات الجماعية ، وأكدوا على قوة البيئة والجو الناتج في بعض أماكن إقامة الأحداث الرياضية (الاستادات ، حلبات رياضية ) ودور هذه البيئات في إحداث المواقف العدوانية بين المشاهدين مع بعضهم ، أو بين اللاعبين أنفسهم ، أو بين المشاهدين واللاعبين .

ويعتبر فهم دوافع وخبرات وسلوكيات السياح الذين يسافرون من أجل دعم ومؤازرة فرقهم الرياضية مهماً جداً لمديري المقاصد السياحية ، ويمكن أن تعمل السلوكيات المرتبطة بمشجعي الفرق الرياضية على زيادة اهتمامات السياح بالمقصد السياحي الذي يقام فيه الحدث الرياضي أو تدميرها ، ولا يمكن تنبؤ كيفية إظهار سلوكيات السياحة الرياضية ، وذلك لأنها تكون في معظم الحالات عبارة عن سلسلة لعدة عوامل وبعض هذه العوامل تكون غير معروفة للإدارة ( Patrick, ٢٠٠٢ ) .

ويمكننا القول أن الرياضات يمكن أن تولد بعض الآثار الاجتماعية السلبية و بعض المخاطر المتعلقة بالأمن ، كما ويمكن أن تعمل على خلق جو من العدائية والهجوم القادر على التأثير السلبي على المقصد السياحي ، ويمكن أخذ الدورات



والمنافسات التي تحدث بين الهند وباكستان في الأحداث الرياضية كأحد الأمثلة على كيفية التعبير عن المشاعر سواء كانت هذه المشاعر سلبية أم ايجابية . فكما هو معروف هناك عدا و واضح بين الهند وباكستان ويتم التعبير عن هذا العدا في معظم الأحيان في الأحداث الرياضية . والرياضة يمكن أن تخلق نوعاً من المشاعر السلبية خلال أو بعد الحدث الرياضي مما ينتج نوع من البيئة السلبية في المقصد السياحي الرياضي بدلاً من البيئة الايجابية التي نسعى للوصول إليها . لذا فإن الاختلاف في إظهار مشاعر وسلوكيات السائح تؤكد لنا الحاجة لفهم الدوافع والخبرات والسلوكيات المرغوبة والمرتبطة بأسواق السياحة الرياضية .

ومع هذا يجب الإشارة إلى أن بعض الفرق الرياضية قد عملت مع مرور الوقت على إنشاء بعض المجموعات من الأشخاص الموالين لها والذي يعملون بدورهم وبشكل تعاوني ايجابي على جلب جو كرنفالي احتفالي إلى المقاصد التي تزورها فرقههم الرياضية ، والذي يمكن القول انه يعمل على جذب السياح له ، ويمكن أن نرى هذا في رحلات الفريق البرازيلي لكرة القدم حيث يعمل مشجعو الفريق على خلق جو كرنفالي في المكان ( المقصد ) الذي يلعب فيه هذا الفريق ( Millington, ٢٠٠١).

## ❖ السياحة الرياضية في الأردن :

ترى الباحثة انه لا تزال السياحة في الأردن حتى هذا الوقت تعتمد لحد بعيد على السياحة الأثرية باعتبار أن الأردن تتجمع به عدة حلقات حضارية قديمة ، أي أن المنتج السياحي الأردني لا زال يفتقر إلى التنوع والتغيير وهو ما يجعل المنافسة مع الدول صعبة ، لأن التنوع في مصادر الجذب السياحي هو أحد أهم أسباب نجاح صناعة السياحة في الوقت الراهن .

وتعد السياحة الرياضية من أبرز مجالات السياحة الحديثة . وقد عاش الأردن تجربة السياحة الرياضية متمثلة بدورة الحسين ودورة الوفاء للحسين ورالي السيارات الأردني ، وأدرك الأردن أن العوائد الاقتصادية والاجتماعية من جراء إقامة مثل هذه الدورات والبطولات الرياضية مرتفعة جداً ، إضافة إلى إنعاش الحركة السياحية الداخلية والخارجية إلى الأردن إلى جانب إنعاش القطاعات الأخرى كقطاع النقل والاتصالات والفنادق وغيرها . إلا أن ذلك لم يضع السياحة الرياضية في الأردن ضمن أولويات وزارة السياحة والآثار الأردنية ولم تولى الاهتمام الكافي للنهوض بهذا النمط الحديث من السياحة ومحاولة تميته والاستفادة منه في جذب النوعيات المختلفة من السياح إلى المنطقة .

وتتوفر في الأردن أهم إمكانيات ممارسة الأنشطة الرياضية بأنواعها على مدار العام لما حباها الله من طبيعة جميلة ، وجو رائع ، حيث يمكن إقامة العديد من المناسبات والمسابقات الرياضية مستخدمين في ذلك العديد من الإمكانيات الطبيعية

المتوفرة كالشواطئ، والصحاري ، والجبال ، إلى جانب العوامل السياحية الأخرى ، مما يسهل من إقامة البطولات والمنافسات خاصة في الأوقات التي يسودها في العالم طقس قارص البرودة ممتد لفترات طويلة ، مما يعطي للأردن مميزات كثيرة عن باقي المنافسين في مجال السياحة الرياضية .

وإذ قمنا باستغلال تلك الإمكانيات بصورة جيدة ، وتم توفير الكوادر المتخصصة و التسويق لها بالشكل الصحيح، فإن ذلك يضع الأردن على خارطة السياحة الرياضية العالمية

## ❖ الدراسات السابقة:

قامت الباحثة بالإطلاع على الأدب النظري والأبحاث العلمية والتي لها علاقة بموضوع الدراسة حيث تبين قلة الدراسات التي تناولت هذا الموضوع على المستوى العربي والأجنبي على حد علم الباحثة باستثناء بعض الدراسات المرتبطة التالية:

قام بيچ وآخرون عام ( ٢٠٠٦ )، بإجراء دراسة حول " تحليل للنشاطات الترويجية لسياحة المغامرات في اسكتلنده " ، وهدفت الدراسة بشكل أساسي الى دراسة الروابط البنينة بين الرياضة والسياحة ، واستخدام هذه الروابط من قبل القطاع العام للوصول الى قطاع تسويق سياحة المغامرات وباستخدام مواد الترويج التي أنتجها مجلس السياحة في اسكتلنده ومنظمة السياحة الاسكتلندية ( Visit Scotland ) . وتكونت عينة الدراسة من السياح القادمين الى اسكتلنده بقصد ممارسة المغامرات بأنواعها حيث تم اختيارهم بطريقة عشوائية وبلغ عددهم (١٠٥) سائح واعتمد الباحث الاستبيان كأداة لجمع البيانات اللازمة للدراسة ، وتوصلت نتائج الدراسة الى أن وسائل الترويج الجيدة قادرة على جذب الزوار والسياح الى المناطق المسوق لها بدرجة كبيرة جداً و بنسب مرتفعة .

كما قام ميلجيس وآخرون (٢٠٠٦) ، بإجراء دراسة بعنوان " زيادة ولاء الزبائن في منتجعات التزلج في اليونان " هدفت هذه الدراسة الى تقديم نموذج لقياس نوعية الخدمة في منتجعات التزلج في اليونان ، ودراسة أثر التعلق بالمكان في تبؤ درجة الولاء لدى الزبائن. ودراسة اثر نوعية الخدمة على تطوير درجة التعلق بالمكان. وتكونت عينة الدراسة من (٢٦٤) متزلجاً ، وقام أفراد عينة الدراسة بالإجابة على استبانة التعلق بالمكان ثنائية البعد ، وأجاب أفراد عينة الدراسة أيضاً على استبانة نوعية الخدمة ثلاثية البعد. وأشارت نتائج الدراسة انه يمكن التتبؤ بدرجة التعلق بالمكان بشكل كبير من خلال التفاعل بين الزائر والمكان ومن خلال أبعاد نوعية الخدمة المقدمة .

وأجرى سينكلر (٢٠٠٥)، دراسة بعنوان " التربية الرياضية : أولوية للسياحة الرياضية في منطقة الكاريبي " وهدفت الدراسة إلى إيضاح أن تطوير التربية الرياضية يعتبر احد العناصر المهمة في تطور السياحة الرياضية في منطقة الكاريبي، وتكونت عينة الدراسة من ٢٠ جهة رسمية وغير رسمية مسؤولة عن التربية الرياضية والسياحة في الكاريبي. وقد اعتمد الباحث المنهج الوصفي للدراسة ، كما اعتمد الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وأظهرت نتائج الدراسة وجود نقاط قوة وضعف في البنية التحتية في منطقة الكاريبي ، كما أشارت أيضاً الى عدم وجود تركيز موجه نحو السياسات والمسائل النظرية والتشغيلية المرتبطة بالسياحة الرياضية في الكاريبي

، وقد أوصت الدراسة بضرورة استخدام نموذج العمل المقدم فيها لخلق رابط أقوى بين التربية الرياضية وبين السياحة الرياضية في منطقة الكاربيي .

أما دراسة الأحمد ( ٢٠٠٥ )، فكانت بعنوان " وسائل تنمية السياحة عن طريق الرياضة من وجهة نظر العاملين في القطاعين الرياضي والسياحي " ، وهدفت الدراسة الى معرفة وسائل تنمية السياحة عن طريق الرياضة من وجهة نظر العاملين في القطاعين الرياضي والسياحي . وتكونت عينة الدراسة من (١٤٢) متخصصاً وعاملاً في المجالين الرياضي والسياحي ( ٦٥ رياضي - ٧٧ سياحي )، وقد أظهرت النتائج أن أهم وسيلة لتنمية السياحة عن طريق الأنشطة الرياضية هي استغلال الأراضي الشاسعة في الأردن لإقامة منشآت رياضية سياحية ترفيهية .

قام مقابلة ( ٢٠٠٣ )، بإجراء دراسة بعنوان " تقييم لواقع وأبعاد السياحة الداخلية في المثلث السياحي الذهبي من وجهة نظر بعض الزوار الأردنيين " وهدفت الدراسة الى تحديد طبيعة وأبعاد الحركة السياحية للمواطنين الأردنيين في المثلث السياحي الذهبي ، واقتراح كيفية تفعيلها وتعزيزها ، حيث تم توزيع ٤٠٠ استبيان على المواطنين زوار الموقع السياحي في كل من العقبة والبتراء ووادي رم، وتوصلت الدراسة إلى أن الحركة السياحية للمواطنين في المثلث السياحي الذهبي يغلب عليها مفهوم السياحة الداخلية بدلاً من التنزه ، وتتميز بالطابع العائلي ، وتدني نسبة الرحلات الجماعية المنظمة وقلة استخدام خدمات وكلاء السياحة والسفر ، كذلك تبين أن تقييم الزوار مرتفع لجاذبية المكان ، في حين يرون ان أسعار الخدمات السياحية مرتفعة للمواطن الأردني ، كما تبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقييم المواطن السائح للواقع السياحي في المثلث السياحي الذهبي ، ومتغيرات الحالة الاجتماعية والمهنة .

أجرى واين ايماري ( ٢٠٠٢ )، دراسة بعنوان " الدخول في مناقصة لاستضافة حدث رياضي كبير من وجهة نظر لجنة التنظيم المحلية في بريطانيا " وتهدف هذه الدراسة بشكل أساسي لجمع المعلومات والبيانات لتحديد الممارسات الإدارية الحالية والمستخدمة في عملية الاشتراك في مناقصة لاستضافة الأحداث الرياضية ، كما تحاول هذه الدراسة أيضا تحديد العناصر الأساسية المساهمة في عملية نجاح الدخول في مناقصة . وتكونت عينة الدراسة من ٢٢٠ جهة تقوم بتنظيم الأحداث الرياضية ، وتم اعتماد الاستبيان كأداة لجمع البيانات حيث أرسلت هذه الاستبيانات بشكل عشوائي من عشر دول مختلفة في العالم ، ومن اجل الحصول على معلومات أفضل حول عمليات المناقصة للفوز بتنظيم الأحداث الرياضية ، وقام الباحث بعمل بعض المقابلات الرسمية في إنجلترا . وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الدوافع الرئيسية التي تحفز السلطات المحلية في الدخول في المناقصة هي الترويج الرياضي والترويج للمنطقة وقد وجدت هذه الدراسة أيضا أن التطبيقات الناجحة للقطاع العام للحصول على مناقصة هو استخدام أساليب اتخاذ القرار المنطقي .

هدفت دراسة سماوي ( ٢٠٠١ )، الى التعرف على واقع الحركة السياحية في منطقة العقبة من خلال دراسة ميدانية اشتملت على ٩٣٠ فرد ، حيث احتل الأردنيون نسبة ٤٣,٧% من مجموع أفراد العينة والأوروبيون نسبة ٣٨,٥%، والأمريكيون نسبة ٩,١% ،والعرب نسبة ٨,٧% وقد أشارت النتائج الى وجود اثر دال إحصائيا لمتغيرات الجنس والعمر وعدد أفراد العائلة والمهنة والتعليم وطبيعة السفر ، ووسيلة السفر ، وعدد مرات الزيارة ، ومدة الإقامة ، ومكان الإقامة ، ووسائل الإعلام في زيارة العقبة ، وأشارت النتائج ايضاً الى وجود عده دوافع لدى السياح لزيارة العقبة ، أهمها الراحة والاستجمام بنسبته ٥٧,٦% والاستمتاع بأجواء البحر بنسبة ٤٧,٣% والسباحة والغوص والغطس بنسبة ٣١,٨% .

أما دراسة قوقزه ( ٢٠٠١ )، فكانت بعنوان " أنماط واتجاهات السياحة العربية في الأردن " والتي هدفت إلى معرفة إمكانية الاهتمام بالسياحة العربية القادمة إلى الأردن كنمط رئيسي، واعتبار السياحة الدولية كنمط ثانوي، للتخلص من التذبذب الشديد في الحركة السياحية القادمة من الدول العربية وخاصة في أوقات الأزمات السياسية ، وقد استخدم الباحث عدة مناهج للتوصل الى أهداف الدراسة ، وبما أن حجم العينة غير معروف تم استخراج حجم العينة عن طريق توزيع عينة استطلاعية مكونه من (٥٠) استمارة في بعض المناطق التي يرتادها السياح العرب في الأردن بطريقة عشوائية منظمة ، وتم إعطاء استبيان واحد لكل عشرة أشخاص بشكل منتظم ، وأشارت النتائج الى أن السياحة العربية القادمة الى الأردن تعاني مشكلة الموسمية التي تتمثل بارتفاع نسبة السياح في فترة الصيف وتقل في باقي اشهر السنة ، وضعف دور وزارة السياحة والآثار ومكاتب السياحة والسفر والكتب والمجلات في جذب السياح العرب الى الأردن ، بالإضافة الى تنوع المقومات السياحية في الأردن من مقومات طبيعية ومناخية .

وقام اونيلاتيل واخرون ( ٢٠٠٠ )، بإجراء دراسة بعنوان " اكتشاف نوعية الخدمات المقدمة في سياحة الغوص من وجهة نظر السياح الممارسين لها في استراليا " وهدفت الدراسة الى فحص ودراسة نوعية الخدمات المقدمة للسياح الممارسين لرياضة الغوص وأهمية هذه الخدمات في تنمية وتطوير سياحة الغوص في استراليا من وجهة نظر السياح الممارسين لها ، وتكونت عينة الدراسة من ٢٠٠ سائح تم اختيارهم بطريقة عشوائية ، وتم توزيع الاستبيانات عليهم للوقوف على آرائهم حول نوعية الخدمات المقدمة ومدى تقييمهم لها ، وكانت من أهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة أن تقديم نوعية جيدة وعلى مستوى عالٍ هي من أهم العوامل المساهمة في توجه هؤلاء السياح إلى مقاصد الغطس .

وفي دراسة ثوايلتس (١٩٩٩)، بعنوان " نوعية الخدمة في السياحة الرياضية " وهدفت الدراسة الى وضع خطط يتم من خلالها تسويق السياحة الرياضية بالعمل على وضع وتصميم العديد من نماذج ومفاهيم الخدمة ونوعية الخدمة والتي يمكن استخدامها بشكل مفيد في لفت انتباه المدراء نحو التعقيدات المرتبطة بالوصول الى نوعية جيدة من الخدمات ضمن سياق السياحة الرياضية، وذلك من خلال دراسة حالة منتجج لاسانت الرياضي الذي يقع في الساحل الشمالي في منطقة لاسانتا، وتكونت عينة الدراسة من زوار المنتجج الرياضي حيث بلغ عددهم ١٩٢ زائر، تم اختيارهم بطريقة عشوائية. وتوصلت نتائج الدراسة الى أن الزوار يفضلون قصد المنتججات الرياضية ذات الدرجة الأولى عن غيرها من المنتججات الرياضية الأخرى وذلك لتوافر كافة الخدمات فيها من مرافق تدريب ومرافق قضاء العطل والأعياد على مدار العام وغيرها .

وهدفت دراسة يوسف وآخرون عام (١٩٩٨) والتي تحمل عنوان "اختبار العوامل الديمغرافية والسيكوجرافية من وجهة نظر الممارسين للسياحة الرياضية " إلى اختبار العوامل الديمغرافية المتضمنة ( العمر، الجنس، الحالة الاجتماعية، الحالة الوظيفية ) والعوامل السيكوجرافية المتضمنة ( المحفزات، الإبداع، الإثارة، المتعة، الهدوء ) للسياح الرياضيين ، وكان الهدف من دراستها لمعرفة العلاقة والأهمية للسياحة والرياضية بقياس تلك العوامل ، واعتماداً على الأسئلة المطروحة بالدراسة ، وتكونت عينة الدراسة من ٢٠٠ شخص من الذكور والإناث تم اختيارهم بطريقة عشوائية وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الذكور أظهروا تفضيل أكبر للسياحة الرياضية من الإناث ، وقد وجدوا أن متغير العمر له دور كبير حيث ان الأشخاص الصغار أو الأقل عمراً هم من يفضلون المشاركة في برامج السياحة الرياضية أكثر من الأشخاص الأكبر عمراً وكما توصلت إلى أن الأشخاص الذين يميلون للمشاركة بهذه البرامج هم الأشخاص الذين تتضمن حياتهم الكثير من الإثارة والحماسة .

أجرت سلوم عام (١٩٩٨) دراسة بعنوان " القطاع السياحي في الأردن " وهدفت الدراسة إلى التعرف على واقع القطاع السياحي في وزارة السياحة في الأردن من خلال التعرف على آراء العاملين هناك حول أكثر العوامل جذباً للسياح او مستوى الخدمات المقدمة في مواقع الجذب السياحي ، ونظرتهم لإيجابيات وسلبيات السياحة بصورة عامة وفي شتى المجالات . وتكون مجتمع الدراسة من ٢٠٠ موظف من موظفي وزارة السياحة في الأردن في مركز الوزارة في عمان وكافة المكاتب التابعة لها . وقد استخدمت الباحثة الاستبيان كأداة لجمع البيانات تم توزيعها على أفراد عينة الدراسة وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية : (١) وجود مستوى عال للجذب السياحي في الأردن وبمتوسط حسابي قدره (٣,٦٦%) . (٢) مستوى الرضا عن الخدمات المتوفرة في مواقع الجذب السياحي متوسطاً بشكل عام وبوسط حسابي (٣,٢٣%) . (٣) يرى موظفو وزارة السياحة أن الآثار الايجابية للسياحة عالية وعلى درجة موافقة

عالية لكل ايجابية على حدة من أهمها زيادة الناتج القومي الإجمالي ، وزيادة دخول الأفراد وزيادة العملة الأجنبية وتطوير البنية التحتية وتوفير فرص العمل ، وتوفير مراكز ترفيهية للسكان . في حين اعتبر موظفو وزارة السياحة أن الآثار السلبية للسياحة ليست مهمة ، حيث أظهرت الدراسة أن المستوى العام للسليبيات المتأتية من السياحة كانت بدرجة متوسطة ، مع وجود سلبية واحدة ذات مستوى عالي متمثلة في زيادة الطلب على المصادر المتوفرة في البلد .

أجرى سماوي عام ( ١٩٩٨ ) دراسة بعنوان " واقع الحركة السياحية في منطقة وادي رم بالأردن ، وهدفت الدراسة الى توفير معلومات من خصائص السياح الديمغرافية والاجتماعية والاقتصادية ، ومعرفة رغباتهم ، وآرائهم في أماكن الزيارة ، والتعرف على أهم خصائص عمليات السفر الى منطقة وادي رم ، كما هدفت الدراسة إلى التعرف على درجة رضا الزوار والسياح وآرائهم وانطباعاتهم عن الخدمات السياحية في وادي رم . وتكونت عينة الدراسة من (٧٠٤) سياح تم اختيارهم بالطريقة العشوائية المنتظمة على مدار اثني عشر شهراً متواصلاً ، وكان يختار سائحاً من بين كل عشرة سياح ، وتوصلت الدراسة إلى أن دوافع السياح لزيارة رم جاء في مقدمتها دافع جمال الطبيعة حيث استحوذ على الغالبية العظمى تلاه دافع الأهمية التاريخية الاستمتاع بحياة البدو ، كما توصلت إلى أن بعض الخدمات المقدمة للسياح استحوذت على إعجابهم مثل : معاملة السكان المحليين والأمن والاستقرار في حين أن درجة الرضى متدنية حيال خدمات تسلق الجبال وخدمات المخيمات السياحية ونقص المعلومات العامة والخرائط .

قام الرحيمي عام (١٩٩٧) بإجراء دراسة بعنوان " دور مكاتب السياحة والسفر في ترويج الخدمة السياحية في الأردن " هدفت إلى التعرف على دور المكاتب السياحية في ترويج الخدمة السياحية في الأردن ، والمتغيرات التي تؤثر على هذا الدور سواء ديمغرافية للقائمين على إدارتها أو متغيرات المكاتب ذاتها كالملكية وعدد العاملين فيها وغيرها ، وبالإضافة إلى بيان مدى وضوح مفهوم الترويج وعناصره التي تستخدمها المكاتب في الترويج للبرامج والخدمات السياحية التي تقدمها ، وبيان المشاكل التي تواجهها والوصول الى الحلول المناسبة . وتكونت عينة الدراسة من (١٢٣) مكتب سياحة وسفر اختيرت بالطريقة العشوائية وقد أظهرت النتائج أن هناك ضعفاً في دور المكاتب في الترويج لبرامجها وخدماتها السياحية وأن هناك غموضاً في وضوح مفهوم الترويج للقائمين على إدارتها ، كما بين أن الدور الترويجي للمكاتب يتأثر ايجابياً بالمؤهل العلمي للقائمين عليه ، بالإضافة لوجود مشاكل أهمها وجود منافسة داخلية في المكاتب المحلية ونقص الخدمات المكملة للمكاتب وضعف التنسيق من الجهات العاملة في القطاع السياحي ونقص الكوادر الفنية المدربة على العمل في القطاع السياحي .

## ❖ التعليق على الدراسات السابقة :

اتضح للباحثة من خلال عرض الدراسات السابقة أن معظم الدراسات قد تطرقت إلى نوعية الخدمات المقدمة في السياحة الرياضية وأهمية هذه الخدمات في تنمية وتطوير وتسويق السياحة كما في دراسة ( ثوايلتس، ١٩٩٩ ) و ( اونيلاتيل وآخرون، ٢٠٠٠ ) و ( ميلجيس وآخرون، ٢٠٠٦ ) . وهناك دراسات تطرقت إلى مستوى الخدمات المقدمة في مواقع الجذب السياحي ودور هذه الخدمات في جذب السياح كما في دراسة ( سلوم، ١٩٩٨ ) .

وأشارت بعض الدراسات بشكل أساسي إلى الروابط البينية بين الرياضة والسياحة وأهمية هذه الروابط في خلق قطاع تسويقي للسياحة الرياضية كما في دراسة (بيج وآخرون ، ٢٠٠٦ ) و (يوسف وآخرون ، ١٩٩٨ ) .

وتناولت بعض الدراسات الدور الكبير الذي تلعبه الأنشطة الرياضية في تطوير قطاع السياحة وتنميته كما في دراسة ( سينكلر، ٢٠٠٥ ) و ( الأحمد، ٢٠٠٥ ) .

وجميع هذه الدراسات اتفقت في استخدام المنهج الوصفي كمنهج للدراسة واستخدامها للاستبيان كأداة لجمع البيانات وقد اختلفت دراسة ( واين ايماري، ٢٠٠٢ ) في أنها استخدمت طريقة المقابلات الرسمية كأداة لجمع البيانات إلى جانب الاستبيان .

وقد استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في تحديد المنهج العلمي المناسب وتصميم أداة الدراسة وفي معرفة كيفية مناقشة النتائج .

وقد تميزت هذه الدراسة عن جميع الدراسات السابقة بتناولها لموضوع السياحة الرياضية في الأردن بكافة جوانبها من حيث أهميتها وتنميتها وتسويقها دون التركيز على جانب من جوانبها دون الآخر .



## الفصل الثالث

### إجراءات الدراسة

#### ✓ منهج الدراسة :

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي نظراً لملائمة هذا المنهج لطبيعة الدراسة وأهدافها .

#### ✓ مجتمع الدراسة :

تكون مجتمع الدراسة من جميع السياح القادمين إلى المثلث السياحي الذهبي الأردني ( العقبة، والبتراء ، وادي رم) خلال شهري آب وأيلول من عام ٢٠٠٧م، حيث بلغ المجموع الكلي للمجتمع ١٠ آلاف سائح ( أولية ، وزارة السياحة والآثار ، ٢٠٠٧ )

#### ✓ عينه الدراسة :

تم اختيار عينة الدراسة بالطريقة العمدية (الغرضية) من السياح الأردنيين والعرب والأجانب ( الناطقين باللغة الإنجليزية ) القادمين إلى المثلث السياحي الذهبي الأردني(العقبة ، والبتراء ، وادي رم) ممن يفضلون ممارسة النشاطات الرياضية أو مشاهدتها خلال شهري آب وأيلول من عام ٢٠٠٧م ، وبلغت ١٦٠ سائح .الجداول ذات الأرقام (١-٧) تبين توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغيرات الدراسة.

#### جدول رقم (١)

##### توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير الجنس

الرقم	الجنس	التكرار	النسبة المئوية
١	ذكر	١٠٦	%٦٦,٢
٢	أنثى	٥٤	%٣٣,٨
	المجموع	١٦٠	%١٠٠,٠

يتضح من الجدول (١) أن معظم افراد عينة الدراسة هم من فئة الذكور بنسبة مئوية بلغت(٦٦,٣%) وقد يعود ذلك بالدرجة الأولى لتوجه اهتمامات الذكور نحو الرياضة وإشباع ميولهم ورغباتهم بممارسة الأنشطة الرياضية بدرجة اكبر من الإناث.

جدول رقم (٢)  
توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير الجنسية

الرقم	الجنسية	التكرار	النسبة المئوية
١	الأوروبية	٦٧	%٤٢,٠
٢	الأمريكية	٤٦	%٢٨,٦
٣	العربية	٣٣	%٢٠,٦
٤	الأردنية	١٤	%٨,٨
	المجموع	١٦٠	%١٠٠,٠

يظهر من الجدول رقم (٢) أن معظم أفراد عينة الدراسة من الجنسيات الأوروبية بنسبة مئوية بلغت (%٤٢,٠) تليها جنسية (الأمريكيون) بنسبة مئوية (%٢٨,٦) وأقلها من الجنسية الأردنية بنسبة (%٨,٨)، وقد يعود ذلك إلى قلة الوعي الرياضي عند الأردنيين فيما يتعلق بهذا المجال.

جدول رقم (٣)  
توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير عدد مرات الزيارة

الرقم	عدد الزيارات للأردن	التكرار	النسبة المئوية
١	مرة واحدة	٧١	%٤٤,٤
٢	مرتان	٤٠	%٢٥,٠
٣	ثلاث مرات	٣	%١,٩
٤	أربع مرات	٢	%١,٣
٥	٩ مرات	٥	%٣,٠
٦	١٠ مرات	٨	%٥,٠
٧	١٤ مرة	٩	%٥,٦
٨	مرات عديدة	٢٢	%١٣,٨
	المجموع	١٦٠	%١٠٠,٠

يبين الجدول (٣) أن (%١٣,٨) من أفراد العينة زاروا الموقع لأكثر من مرة، وأن (%٤٤,٤) منهم زاروا الموقع للمرة الأولى. والنسبة المرتفعة لتكرار الزيارة وقد يعود ذلك لكون المثلث السياحي الذهبي الأردني من المعالم السياحية الجاذبة والتي تستقطب العديد من السياح لزيارتها، فيتمتع الزائر بجمال المكان وجاذبيته في كل زيارة يقوم بها، إضافة للتطور الذي شهدته هذه المناطق من توفر للخدمات السياحية المطلوبة.

جدول رقم (٤)  
توزيع إجابات أفراد العينة تبعاً لمتغير الهدف الرئيسي من الزيارة \*

الرقم	الهدف الرئيسي من الزيارة	التكرار	النسبة المئوية
١	قضاء أوقات الفراغ	٥٧	٣٥,٦%
٢	مشاهدة المناظر الطبيعية	٢٠	١٢,٥%
٣	التسوق	١٦	١٠,٠%
٤	زيارة المواقع الأثرية	٣٥	٢١,٩%
٥	العلاج	٢	١,٣%
٦	المشاركة بالمؤتمرات	٦	٣,٨%
٧	زيارة الأقارب	٣	١,٩%
٨	ممارسة النشاطات الرياضية	٨٢	٥١,٣%
٩	أخرى	١١	٦,٩%

• يمكن للسائح اختيار أكثر من إجابة

يظهر الجدول (٤) أن (٥١,٣%) من عينة الدراسة يزورون الموقع بغرض ممارسة النشاطات الرياضية، و (٣٥,٦%) لقضاء وقت الفراغ، و (٢١,٩%) لزيارة المواقع الأثرية، و (١,٣%) للعلاج. وهذه الفئة الأخيرة جاءت بنسبة متدنية نتيجة لطبيعة المكان إذ يغلب عليه طابع الحماس والتشويق والمغامرة. وهذا التنوع في أهداف الزيارة يمنح فرصاً واسعة لترويج السياحة الرياضية وجذب النوعيات المختلفة من السياح إلى المنطقة.

جدول رقم (٥)  
توزيع إجابات أفراد العينة تبعاً لمتغير وسيلة التعرف على الموقع السياحي

الرقم	وسيلة التعرف على الموقع	التكرار	النسبة المئوية
١	الراديو	٤	٢,٥%
٢	الإنترنت	٧١	٤٤,٥%
٣	الصحف والمجلات	٩	٥,٦%
٤	التلفاز	٣٥	٢١,٩%
٥	الأقارب والأصدقاء	١٦	١٠,٠%
٦	المنشورات السياحية	١١	٦,٩%
٧	الكتب والأدلة السياحية	٩	٥,٦%
٨	أخرى	٥	٣,١%
	المجموع	١٦٠	١٠٠%

الجدول (٥) يبين أن (٤٤,٤%) من العينة تعرفوا على الموقع عبر الإنترنت، و (٢١,٩%) عبر التلفاز، وأقلها عبر الراديو بنسبة (٢,٥%)، وذلك لأن الإنترنت أكثر وسائل الاتصال استخداماً في العالم وهي وسيلة العصر الحديث التي تجعل من العالم قرية صغيرة.

جدول رقم (٦)  
توزيع إجابات أفراد العينة تبعا للجهة المنظمة للزيارة

الرقم	الجهة المنظمة	التكرار	النسبة المئوية
١	وكالات سياحية	٧	٤,٤%
٢	نقابات واتحادات	٦	٣,٨%
٣	مؤسسة خاصة	٢٢	١٣,٨%
٤	مؤسسة حكومية	٢٠	١٢,٥%
٥	مؤسسة رياضية	٦	٣,٨%
٦	رحلة فردية غير منظمة	٦٣	٣٩,٤%
	غير ذلك	٣٦	٢٢,٣%
	المجموع	١٦٠	١٠٠%

يبين الجدول (٦) أن النشاط السياحي الرياضي يغلب عليه طابع الرحلات الفردية غير المنظمة بنسبة (٣٩,٤%)، يليها المؤسسات الخاصة (١٣,٨%)، وقلها المؤسسات الرياضية والاتحادات بنسبة (٣,٨%). وترى الباحثة أن تدني نسبة الرحلات المنظمة من قبل المؤسسات والاتحادات الرياضية من أهم المشاكل التي تواجه تنمية السياحة الرياضية وتنشيطها في المثلث السياحي الذهبي الأردني، كما وترى الباحثة أن الدور الرئيسي والفعال في تنمية السياحة الرياضية يقع على عاتق وكالات السياحة والسفر أولا قبل غيرها من الجهات السياحية الأخرى، حيث بلغت نسبتها (٤,٤%) وهي نسبة متدنية.

جدول رقم (٧)  
توزيع إجابات أفراد العينة تبعا للرياضات التي يرغب الشخص بممارستها \*

الرقم	الرياضات	التكرار	النسبة المئوية
١	تسلق الجبال	٣٢	٢٠,٠%
٢	المناطق	٢٤	١٥,٠%
٣	رياضة الخيول والهجن	٤٣	٢٦,٩%
٤	سباق السيارات	٢٥	١٥,٦%
٥	الغوص	٥٧	٣٥,٦%
٦	الغطس	٣٦	٢٢,٥%
٧	السباحة	٤٥	٢٨,١%
٨	تزلج على الماء	١٦	١٠,٠%
٩	سباق القوارب	١١	٦,٩%
١٠	الطائرات الورقية	٥	٣,١%
١١	الرياضات المائية الكروية	٨	٥,٠%
١٢	الرياضات الكروية	١	٠,٦%
١٣	مشاهدة النشاطات الرياضية	٣٠	١٨,٨%
	أخرى	٢٢	١٣,٨%

\* يمكن للسائح اختيار أكثر من إجابة

يظهر الجدول (٧) أن أعلى نسبة مئوية للرياضة التي يرغب السائح بممارستها في الموقع بلغت (٣٥,٦%) وكانت لرياضة الغوص، تليها (٢٨,١%) لرياضة السباحة وأقلها (٠,٦%) للرياضات الكروية. وذلك لما تتمتع به مياه ساحل العقبة من صفاء ونظافة ، ولاحتماء بحرها أجمل الشعب المرجانية والأسماك الغريبة على مستوى العالم ، الأمر الذي يشجع السائح على ممارسة الغوص والسباحة والاستمتاع بالمناظر الطبيعية.

#### ✓ أداة الدراسة :

قامت الباحثة باستخدام الاستبيان كأداة لجمع المعلومات حيث تم إعداده وفق الخطوات التالية :-

(١) تم مراجعة الأبحاث والكتب والمراجع العلمية والدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، حيث تم الاستفادة من هذه المراجع في بناء أداة الدراسة (الاستبيان) .

(٢) تم تحديد فقرات الاستبيان بالصورة الأولية ملحق رقم (٤) ، ثم تم عرضها على مجموعة من الخبراء والمحكمين من حملة الدكتوراه في التربية الرياضية وحملة الدكتوراه في السياحة من جامعة اليرموك والجامعة الأردنية والجامعة الهاشمية وجامعة العلوم التطبيقية ، حيث قامت الباحثة بإعادة صياغة الفقرات ( حذف ، تعديل ، أو إضافة ) طبقاً لما أشار إليه الخبراء والمتخصصين حتى أصبح الاستبيان بصورته النهائية . ملحق رقم (٥) .

(٣) تم ترجمة الاستبيان بعد أن أصبح بصورته النهائية إلى اللغة الإنجليزية حيث تم عرضه على مجموعة من المتخصصين في الترجمة للتأكد من مطابقة النسخة المترجمة بالإنجليزية إلى نسخه الاستبيان باللغة العربية . ملحق رقم (٦) .

(٤) قامت الباحثة بتقسيم الأسئلة حسب ميزان ليكرت الخماسي وكان على النحو التالي :

الجزء الأول والثاني:	بينما للجزء الثالث :
— ممتاز ولها ٥ درجات	— مهم جداً ولها ٥ درجات
— جيد جداً ولها ٤ درجات	— مهم ولها ٤ درجات
— لا أعرف ولها ٣ درجات	— لا أعرف ولها ٣ درجات
— مقبولة ولها درجتان	— غير مهم ولها درجتان
— سيئة ولها درجة واحدة	— غير مهم جداً ولها درجة واحدة

٥) وللحكم على درجة تقييم كل مجال من مجالات الدراسة تم استخدام السلم التالي :

١. أقل من ٢,٣٣ لها درجة منخفضة.
٢. ٢,٣٤ - ٣,٦٦ لها درجة متوسطة.
٣. أكثر من ٣,٦٧ لها درجة مرتفعة. ( ملحق ، ١٩٩٨ )

#### ✓ صدق أداة الدراسة :

قامت الباحثة للتعرف على مدى صدق المحتوى لأداة الدراسة بعرض الأداة بصيغتها الأولية على لجنة من المحكمين تكونت من (٧) محكمين من ذوي الاختصاص من حملة الدكتوراه في التربية الرياضية وفي السياحة الملحق رقم (١) يعملون في مجال التدريس لإبداء الرأي حول كل فقرة من حيث صياغتها وما يرونها من تعديل أو حذف أو إضافة بعض الفقرات ، وقد كانت آراء المحكمين تمثل صدق محتوى الأداة وبعد إجراء التعديلات المناسبة تم بناء الاستبيان بصورته النهائية، كما هو مبين في الملحق رقم (٥) .

#### ✓ ثبات أداة الدراسة :

تم حساب معامل الثبات لكل محور من محاور الدراسة باستخدام أسلوب كرونباخ ألفا ( Cronback Alpha ) على عينة من خارج أفراد عينة الدراسة الأصلية وقوامها (٢٨) فرد حيث يبين الجدول (٨ ، أ) توصيف أفراد العينة الإستطلاعية ويبين الجدول رقم (٨، ب) نتائج معامل الثبات .

جدول رقم (٨ ، أ)  
توصيف أفراد العينة الإستطلاعية

المجموع	العدد		
٢٨	١٧	ذكر	الجنس
	١١	انثى	
٢٨	١٤	الامريكية	الجنسية
	٨	العربية	
	٦	الاردنية	

جدول رقم ( ٨ ، ب )  
قيم معاملات الثبات بطريقة كرونباخ ألفا لمحاور الدراسة والأداة الكلية

الرقم	المحور	عدد الفقرات	قيمة معامل الثبات
١	تقييم الخدمات السياحية في الموقع السياحي	٢٤	٠,٩٥
٢	تقييم توفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية	٢٠	٠,٨٤
٣	تقييم أهمية عوامل السياحة الرياضية	٢٠	٠,٩٦
	الأداة الكلية	٦٤	٠,٩٤

يظهر من الجدول رقم (٨) أن قيمة ألفا تراوحت بين (٠,٨٤-٠,٩٦) لمجالات الدراسة وهي قيم عالية وتعبر عن درجة ثبات مقبولة لأغراض الدراسة. كما بلغت قيمة ألفا للأداة الكلية (٠,٩٤) وهي قيمة كبيرة وتدل على درجة ثبات عالية لأداة الدراسة.

### تطبيق أداة الدراسة :

(١) تم توجيه كتاب من رئيس جامعة اليرموك إلى كلاً من سلطة إقليم العقبة وإدارة محمية البتراء حتى تقوم بتسهيل مهمة الباحثة في توزيع الاستبيانات ملحق رقم (٢) وملحق رقم (٣) .

(٢) تم تحديد أماكن ممارسة النشاطات الرياضية بعد توجيه كتاب تسهيل المهمة في منطقة العقبة ، ووادي رم، حيث لم تجد الباحثة في منطقة البتراء أماكن لممارسة النشاطات الرياضية، وإنما تم تناول المثلث السياحي الذهبي الأردني في الدراسة كمنتج سياحي متكامل وذلك لتنوع العرض السياحي فيه من سياحة مغامرات وسياحة صحراوية وثقافية ورياضات مائية وتسوق، ولوقوعها ضمن مناطق جغرافية متقاربة ، مما يمنح فرصاً كبيرة لتسويقها كوحدة واحدة خاصة عند توفر الخدمات والتسهيلات السياحية فيها. كما أن السياحة في العقبة ووادي رم تعتمد بالدرجة الأولى على السياح الوافدين إلى البتراء . حيث قامت الباحثة بزيارة المواقع وشرحت للمسؤولين طبيعة الدراسة التي تقوم بها .

(٣) قامت الباحثة بتوزيع الاستبيانات على أفراد عينة الدراسة ابتداءً من تاريخ ٢٠٠٧/٨/١ حيث تم توزيع الاستبيانات بواسطة الباحثة نفسها وفي أماكن الممارسة النشاطات الرياضية بعد قيام أفراد عينة الدراسة بالاستفادة من الخدمات الرياضية المتوفرة في الموقع السياحي ، وقد استغرق توزيع الاستبيانات وجمعها وتفريغ البيانات منها وتحليلها إحصائياً مدة شهرين .

٤) بلغت حصيلة الجمع (١٦٠) استبيان من أصل (١٧١) استبياناً تم توزيعهم . حيث تم توزيع (٧٠) استبياناً باللغة العربية و(١٠١) استبياناً باللغة الانجليزية ، وتم استرجاع (٦٠) استبياناً باللغة العربية و(١٠٠) استبياناً باللغة الإنجليزية.

٥) تم تفرغ البيانات وإدخالها في الحاسوب لمعالجتها إحصائياً .

#### ✓ متغيرات الدراسة :

#### المتغيرات المستقلة :

- الجنس (ذكر ، أنثى )
- الجنسية ( الأوروبية ، الأمريكية ، العربية ، الأردنية )
- عدد مرات الزيارة للموقع. (مرة واحدة، مرتان، ٣ مرات، ٤ مرات، ٩ مرات، ١٠ مرات، ١٤ مرة، مرات عديدة )
- الغرض الرئيسي من الزيارة.(قضاء أوقات فراغ، مشاهدة مناظر طبيعية، تسوق ،زيارة المواقع الأثرية، المشاركة بالمؤتمرات، العلاج، زيارة الأقارب، ممارسة النشاطات الرياضية، أخرى )

#### المتغيرات التابعة

درجة استجابة أفراد عينة الدراسة على الاستبيان المعد لغاية هذه الدراسة.

#### ✓ المعالجات الإحصائية :

قامت الباحثة باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) وتم استخدام المعالجات الإحصائية التالية : المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية بالإضافة إلى استخدام تحليل التباين الرباعي ( ٤ way ANOVA ) واختبار شيفيه للمقارنات البعدية. كما استخدمت الباحثة اختبار كرونباخ ألفا لإيجاد قيم ثبات الاختبار.



## الفصل الرابع عرض النتائج ومناقشتها

يتضمن هذا الفصل عرض ومناقشة نتائج هذه الدراسة التي هدفت إلى التعرف على واقع السياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي الأردني، وسيتم عرض النتائج متبوعاً بمناقشة هذه النتائج بالاعتماد على أسئلة الدراسة.

أولاً: عرض النتائج :

**السؤال الأول : ما مدى تقويم السياح للخدمات السياحية في المثلث السياحي الذهبي الأردني ؟**

للإجابة عن السؤال الأول تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح لأجزاء مجال الخدمات السياحية في الموقع السياحي والمجموع الكلي لها ، كما في جدول رقم (٩) .

جدول رقم (٩)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح لأجزاء مجال الخدمات السياحية في الموقع السياحي والمجموع الكلي لها

الرقم	الجزء	عدد الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقويم
١	تقويم السياح للخدمات من حيث توفرها	١٠	٣,٨٨	٠,٧٥	مرتفعة
٢	تقويم السياح للخدمات من حيث الجودة والكفاءة	٨	٤,٣٣	٠,٨٧	مرتفعة
٣	تقويم السياح للخدمات من حيث التكاليف	٦	٤,١٦	١,٢١	مرتفعة
	<b>المجال الكلي لتقويم الخدمات السياحية في الموقع السياحي</b>	٢٤	٣,٧٥	٠,٧٢	مرتفعة

يظهر من الجدول رقم (٩) أن المتوسطات الحسابية لأجزاء مجال تقويم الخدمات تراوحت بين (٣,٨٨ إلى ٤,٣٣) وهي متوسطات عالية وتعتبر عن درجة مرتفعة في تقويم الخدمات السياحية من حيث توفرها، جودتها وكفاءتها، وتكاليفها. أما المتوسط الحسابي للمجموع الكلي بلغ (٣,٧٥) وهو متوسط عالي ويعبر عن درجة تقويم مرتفعة.

▪ وفيما يلي عرض للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجميع الفقرات لكل جزء من اجزاء مجال تقويم الخدمات السياحية في الموقع السياحي على حد :

-تقويم الخدمات السياحية في الموقع السياحي من حيث توفرها .  
تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات هذا الجزء والمجموع الكلي لها ، جدول (١٠) يوضح ذلك.

#### جدول رقم (١٠)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح لفقرات مجال الخدمات السياحية من حيث توفرها

الرقم	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
١	توفر وسائل النقل و المواصلات	٤,٠٩	٠,٩٩	الثانية
٢	توفر خدمات الطعام والشراب	٣,٩٠	١,٠٥	السادسة
٣	توفر خدمات الاتصال	٣,٩٣	٠,٩٨	الرابعة
٤	توفر خدمات الإقامة	٤,٠٠	٠,٩٥	الثالثة
٥	توفر خدمات الترفيه	٣,٩٢	١,٠١	الخامسة
٦	توفر الأمن في الموقع	٤,١١	٠,٩٨	الأولى
٧	توفر المعلومات المتعلقة بالموقع السياحي	٣,٧٧	١,٠٧	السابعة
٨	توفر النشاطات الرياضية	٣,٧٤	١,٠٢	الثامنة
٩	توفر المعدات والتقنيات اللازمة لممارسة النشاطات الرياضية	٣,٦٦	١,٠٦	العاشرة
١٠	توفر إجراءات السلامة المرتبطة بممارسة النشاطات الرياضية	٣,٧٢	١,٠٠	التاسعة
	المجموع الكلي/ توفر الخدمات السياحية	٣,٨٨	٠,٧٥	--

يبين الجدول رقم (١٠) أن الفقرة رقم (٦) والتي تنص على " توفر الأمن في الموقع" قد احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٤,١١) وانحراف معياري (٠,٩٨) ، واحتلت الفقرة رقم (١) والتي نصت على " توفر وسائل النقل و المواصلات" المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٤,٠٩) وانحراف معياري (٠,٩٩) ، وجاءت الفقرة رقم (٩) والتي كان نصها " توفر المعدات والتقنيات اللازمة لممارسة النشاطات الرياضية " في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (٣,٦٦) وانحراف معياري (١,٠٦).

أما المجموع الكلي لدرجة توفر الخدمات السياحية فبلغ (٣,٨٨) وهو يشير إلى درجة مرتفعة في توفر الخدمات في المواقع السياحية.

- تقويم الخدمات السياحية في الموقع السياحي من حيث الجودة والكفاءة.

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات هذا الجزء والمجموع الكلي لها، جدول (١١) يوضح ذلك.

الجدول رقم (١١)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح لفقرات مجال الخدمات السياحية من حيث الجودة والكفاءة

الرقم	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
١١	جودة خدمات الأطعمة	٣,٨٠	١,٠١	الثالثة
١٢	نوعية خدمات الإقامة	٣,٨٦	١,٠٠	الثانية
١٣	جاذبية الموقع السياحي	٤,٠٥	١,٠٢	الأولى
١٤	مستوى تنظيم النشاطات الرياضية	٣,٧١	١,٠٠	السادسة
١٥	خبرة الجهات المنظمة للنشاطات الرياضية	٣,٧٥	٠,٩٣	الخامسة
١٦	كفاءة المدربين و المختصين في الأنشطة الرياضية	٣,٧٦	١,٠٥	الرابعة
١٧	فعالية التنسيق بين الجهات المختصة بتنظيم النشاطات الرياضية	٣,٦٣	١,٠٣	السابعة
١٨	كفاءة العاملين	٣,٧٦	١,٠٨	الرابعة
	المجموع الكلي/جودة وكفاءة الخدمات	٣,٧٩	٠,٨٧	--

يظهر من الجدول رقم (١١) أن الفقرة رقم (١٣) والتي تنص على " جاذبية الموقع السياحي " احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (٤,٠٥) وانحراف معياري (١,٠٢) ، ثم جاءت الفقرة رقم (١٢) بالمرتبة الثانية والتي تنص على " نوعية خدمات الإقامة " بمتوسط حسابي (٣,٨٦) وانحراف معياري بلغ (١,٠٠) ، وبعد ذلك جاءت الفقرة رقم (١١) والتي تنص على " جودة خدمات الأطعمة " بمتوسط حسابي (٣,٨٠) وانحراف معياري (١,٠١) وهي بذلك تحتل المرتبة الثالثة ، أما المرتبة الأخيرة كانت من نصيب الفقرة رقم (٧) والتي تنص على " فعالية التنسيق بين الجهات المختصة بتنظيم النشاطات الرياضية " بمتوسط حسابي (٣,٦٣) وانحراف معياري (١,٠٣).

أما المجموع الكلي لدرجة جودة الخدمات السياحية فبلغ (٤,٣٣) وهو يشير إلى درجة مرتفعة في جودة الخدمات في المواقع السياحية.

- تقويم الخدمات السياحية من حيث التكاليف.

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات هذا الجزء والمجموع الكلي لها ، جدول (١٢) يوضح ذلك.

جدول رقم (١٢)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح لفقرات مجال الخدمات السياحية من حيث التكاليف.

الرقم	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
١٩	تكاليف الطعام و الشراب	٣,٤٤	١,٢٣	الثالثة
٢٠	تكاليف خدمات الإقامة	٣,٥٢	١,١٥	الثانية
٢١	تكاليف المواصلات	٣,٦٣	١,١١	الأولى
٢٢	تكاليف ممارسة النشاطات الرياضية	٣,٤١	١,١٥	الرابعة
٢٣	تكاليف استخدام الأجهزة و المعدات الرياضية	٣,٣٩	١,٢٨	الخامسة
٢٤	رسوم دخول المواقع السياحية	٣,٤١	١,١٣	الرابعة
	المجموع الكلي/تكاليف الخدمات	٣,٤٦	١,٠١	-----

يظهر من الجدول رقم (١٢) أن أعلى متوسط حسابي بلغ (٣,٦٣) وكان للفقرة رقم (٢١) والخاصة بتقييم الخدمات من حيث: " تكاليف المواصلات " وبذلك تحتل المرتبة الأولى وبانحراف معياري (١,١١)، وتأتي الفقرة رقم (٢٠) والخاصة بتقييم الخدمات من حيث " تكاليف خدمات الإقامة " في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٣,٥٢) وانحراف معياري (١,١٥)، ثم جاءت الفقرة رقم (١٩) بمتوسط حسابي (٣,٤٤) وانحراف معياري (١,٢٣) والخاصة بتقييم الخدمات من حيث " تكاليف الطعام و الشراب " في المرتبة الثالثة، أما المرتبة الأخيرة فكانت للفقرة رقم (٢٣) والخاصة بتقييم الخدمات من حيث " تكاليف استخدام الأجهزة و المعدات الرياضية " بمتوسط حسابي بلغ (٣,٣٩).

أما المجموع الكلي لدرجة تكاليف الخدمات السياحية فبلغ (٤,١٦) وهذا يشير إلى درجة مرتفعة عن رضا أفراد العينة عن تكاليف الخدمات في المواقع السياحية.

السؤال الثاني: هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقويم السياح للخدمات السياحية في المثلث السياحي الذهبي الأردني تبعا لمتغيرات الجنس، الجنسية، عدد مرات الزيارات ، والغرض من الزيارة؟

للإجابة عن السؤال الثاني تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة تقويم السياح للخدمات السياحية في المواقع السياحية تبعا لمتغيرات الجنس، الجنسية، عدد مرات الزيارات ، والغرض من الزيارة، الجداول (١٣- ١٧) توضح ذلك. كما تم تطبيق تحليل التباين الرباعي (Way- ANOVA -٤) جدول (١٨) يوضح ذلك.

جدول رقم (١٣)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة تقويم السياح لمجال الخدمات السياحية تبعا لمتغير الجنس

الرقم	الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
١	نكر	٣,٧٨	٠,٨٦	مرتفعة
٢	أنثى	٣,٦٨	٠,٧٩	مرتفعة

يظهر من الجدول رقم (١٣) أن المتوسطات الحسابية لدرجة تقويم السياح للخدمات السياحية للذكور والإناث كانت متقاربة حيث بلغ للذكور (٣,٧٨) وللإناث (٣,٦٨).

جدول رقم (١٤)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة تقويم السياح لمجال الخدمات السياحية (من حيث توفرها

وكفاءتها) تبعا لمتغير الجنسية

الرقم	الجنسية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
١	الأوروبية	٤,١٥	٠,٨٧	مرتفعة
٢	الأمريكية	٤,١١	٠,٧٧	مرتفعة
٣	العربية	٣,٦٣	٠,٨٤	متوسطة
٤	الأردنية	٣,٣٤	٠,٦١	متوسطة

يظهر من الجدول رقم (١٤) أن المتوسطات الحسابية لدرجة تقويم السياح للخدمات السياحية (من حيث توفرها وكفاءتها) تبعا لمتغير الجنسية تراوحت بين (٣,٢٦ إلى ٤,١٥) وكان أبرزها للجنسية (الأوروبية) وأدناها للجنسية (الأردنية).

جدول (١٥)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة تقويم السياح لمجال الخدمات السياحية (من حيث تكاليفها)

تبعا لمتغير الجنسية

الرقم	الجنسية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
١	الأوروبية	٤,٣٣	٠,٨٧	مرتفعة
٢	الأمريكية	٥,١٦	١,٢١	مرتفعة
٣	العربية	٣,٧٥	٠,٧٢	مرتفعة
٤	الأردنية	٢,٣٠	٠,٨٣	منخفضة

يظهر من الجدول رقم (١٥) أن المتوسطات الحسابية لدرجة تقويم السياح للخدمات السياحية (من حيث تكاليفها) تبعا لمتغير الجنسية تراوحت بين (٢,٣٠ إلى ٤,٣٣) وكان أبرزها للجنسية (الأوروبية) وأدناها للجنسية (الأردنية).

جدول رقم (١٦)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة تقويم السياح لمجال الخدمات السياحية تبعا لمتغير عدد مرات الزيارة

الرقم	عدد الزيارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
١	مرة واحدة	٣,٢٠	٠,٥٣	متوسطة
٢	مرتان	٣,٧٨	٠,٦٣	مرتفعة
٣	ثلاث مرات	٣,٩٦	٠,٤٩	مرتفعة
٤	أربع مرات	٣,٥٩	١,١٤	مرتفعة
٥	٩ مرات	٣,٨٩	٠,٩٩	مرتفعة
٦	١٠ مرات	٣,٧٣	٠,٧٣	مرتفعة
٧	١٤ مرة	٣,٢٩	٠,٢٨	متوسطة
٨	مرات عديدة	٤,١٩	٠,٢٤	مرتفعة

يظهر من الجدول رقم (١٦) أن المتوسطات الحسابية لدرجة تقويم السياح للخدمات السياحية تبعا لمتغير عدد الزيارات إلى الأردن تراوحت ما بين (٣,٢٠ إلى ٤,١٩) وكان أبرزها للأفراد الذين زاروا المثلث السياحي الأردني (مرات عديدة) ، وأدناها للأفراد الذين زاروا المثلث السياحي الأردني (مرة واحدة) .

جدول رقم (١٧)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة تقويم السياح لمجال الخدمات السياحية تبعا لمتغير الهدف من الزيارة

الرقم	الهدف من الزيارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
١	قضاء أوقات الفراغ	٤,١٢	٠,٦٤	مرتفعة
٢	مشاهدة المناظر الطبيعية	٤,٠٤	٠,٦٤	مرتفعة
٣	التسوق	٣,٩٣	٠,٣٦	مرتفعة
٤	زيارة المواقع الأثرية	٤,٠٧	٠,٧٥	مرتفعة
٥	العلاج	٣,٤٣	٠,٦٩	مرتفعة
٦	المشاركة بالمؤتمرات	٣,٨٢	٠,٥٨	مرتفعة
٧	زيارة الأقارب	٣,٧٠	٠,٠٠	مرتفعة
٨	ممارسة النشاطات الرياضية	٤,٢٢	٠,٦٣	مرتفعة
٩	أخرى	٣,٠٩	٠,٤٣	مرتفعة

يظهر من الجدول رقم (١٧) أن المتوسطات الحسابية لدرجة تقويم السياح للخدمات السياحية تبعا لمتغير الهدف من الزيارة تراوحت ما بين (٣,٤٣ إلى ٤,٢٢) وكان أبرزها للعينة التي زارت المثلث السياحي الأردني بغرض ممارسة النشاطات الرياضية، وأدناها للأفراد الذين زاروا المثلث السياحي الأردني بغرض العلاج .

وبغرض الكشف عن الفروق بين المتوسطات الحسابية السابقة في درجة تقويم السياح للخدمات السياحية في المثلث السياحي الأردني تبعا للمتغيرات الجنس، الجنسية، عدد مرات الزيارة، والغرض من الزيارة، تم تطبيق تحليل التباين الرباعي (ANOVA - Way-4) ، جدول رقم (١٨) يوضح ذلك.

جدول رقم (١٨)

نتائج تحليل التباين الرباعي (ANOVA - Way-4) لكشف الفروق في درجة تقويم السياح لمجال الخدمات السياحية تبعا لمتغيرات الجنس، الجنسية، عدد مرات الزيارة، والغرض من الزيارة

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
الجنس	٠,٩٧	١	٠,٩٧	١,٩٢	٠,١٦
الجنسية	٥,٥٧	٣	١,٨٥	٠,٩٢	٠,٥٢
عدد مرات الزيارة	٣,١٧	٧	٠,٤٥	٠,٩٠	٠,٥٠
الغرض من الزيارة	١١,٩٦	٨	١,٤٩	٢,٩٦	* ٠,٠٠
نسبة الخطأ	٦٦,٠١	١٣١	٠,٥٠		
المجموع الكلي	٨٧,٦٨	١٥٠			

\* ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (  $\alpha = 0.05$  )

يظهر من الجدول رقم (١٨) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية لدرجة تقويم السياح للخدمات السياحية تبعا لمتغيرات (الجنس، والجنسية، عدد الزيارات)، ووجود فروق بين المتوسطات الحسابية لدرجة تقويم السياح للخدمات السياحية تبعا لمتغير (الهدف من الزيارة) ، حيث بلغت قيمة (ف) لمتغير الغرض من الزيارة (٢,٩٦) بدلالة إحصائية (٠,٠٠)، وبغرض الكشف عن مواقع الفروق تم تطبيق اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية لمتغير الغرض من الزيارة كما في الجدول رقم (١٩).

جدول رقم (١٩)

نتائج اختبار شيفيه (Scheffe) لمعرفة مواقع الفروق في درجة تقويم السياح لمجال الخدمات السياحية تبعا لمتغير الغرض من الزيارة.

ممارس النشاط الرياضي	زيارة الأقارب	المشاركة بالمؤتمرات	العلاج	زيارة المواقع الأثرية	التسوق	مشاهدة المناظر الطبيعية	قضاء أوقات الفراغ	المتوسط الحسابي	لغرض من الزيارة
								٤,١٢	بناء أوقات الفراغ
	٠,٣٤		٠,٧٩					٤,٠٤	مشاهدة المناظر لبيعية
								٣,٩٣	سوق
								٤,٠٧	زيارة المواقع الأثرية
٠,٧٩					٠,٧٩			٣,٤٣	علاج
								٣,٨٢	مشاركة بالمؤتمرات
٠,٥٢						٠,٣٤		٣,٧٠	زيارة الأقارب
	٠,٥٢		٠,٧٩					٤,٢٢	ممارسة النشاطات الرياضية
								٣,٠٩	رى

\* ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (  $\alpha = 0.05$  )

يظهر من الجدول رقم (١٩) أن مواقع الفروق على متغير الغرض من الزيارة كانت بين (ممارسة النشاطات الرياضية وكل من العلاج وزيارة الأقارب) لصالح ممارسة النشاطات الرياضية، حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (٤,٢٢) بينما بلغ لهدف العلاج (٣,٤٣) ولهدف زيارة الأقارب (٣,٧٠). كما تبين وجود فروق بين (مشاهدة المناظر الطبيعية وكل من أهداف العلاج وزيارة الأقارب)، وكانت الفروق لصالح مشاهدة المناظر الطبيعية بمتوسط حسابي بلغ (٤,٠٤) في حين بلغ المتوسط الحسابي لأهداف العلاج (٣,٤٣) ولأهداف زيارة الأقارب (٣,٧٠). بينما لا توجد فروق دالة إحصائية عند بقية المقارنات.

**السؤال الثالث: ما مدى توفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي الأردني من وجهة نظر السياح؟**

للإجابة عن السؤال الثالث تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم أفراد عينة الدراسة لفقرات مجال توفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني، والمجموع الكلي لها، جدول رقم (٢٠) يوضح ذلك.

جدول رقم (٢٠)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح لفقرات مجال توفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية

رقم	العامل	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
١	الشعور بالأمن	٤,٣١	٠,٩٦	الأولى
٢	سمعة الأردن بين الدول	٤,١٨	١,١٢	الثانية
٣	توفر البنية التحتية	٣,٩٠	١,٠٥	الرابعة
٤	الأجهزة و المعدات اللازمة لممارسة النشاطات الرياضية	٢,٤٣	٠,٩٤	السادسة عشر
٥	ملائمة التجهيزات الرياضية للمعايير العالمية	٢,٣٢	٠,٨٢	السابعة عشر
٦	القدرة على تنظيم النشاطات الرياضية على المستوى العالمي	٢,٣٠	٠,٨٣	الثامنة عشر
٧	اهتمام الجهات الرسمية بدعم النشاطات الرياضية	٣,٤٨	١,١٧	الخامسة عشر
٨	الدعم والرعاية المالية للنشاطات الرياضية	٣,٦٠	١,٠١	الرابعة عشر
٩	فعالية تسويق النشاطات الرياضية	٢,٢٣	٠,٨٤	التاسعة عشر
١٠	التسهيلات و الخدمات الرياضية	٣,٦٦	١,١٣	الحادية عشر
١١	الحضور الأردني الفاعل في النشاطات الرياضية	٣,٦١	١,٠٢	الثالثة عشر
١١	الوعي الرياضي للمواطن الأردني	٣,٦١	٠,٩٩	الثالثة عشر
١١	التسهيلات على المعابر و الحدود للرياضيين	٣,٧٤	١,٠٠	السابعة
١١	التميز و الفرادة بين دول الإقليم	٣,٧٠	١,١٥	العاشرة
١٤	مستوى النظافة	٣,٨١	٠,٩٢	الخامسة
١٥	مستوى الضيافة	٣,٧٣	١,١٢	الثامنة
١١	التعامل مع الحالات الطارئة	٤,٠٨	٠,٨٦	الثالثة
١٧	الخدمات الطبية الرياضية	٣,٧٢	١,٠٠	التاسعة
١٤	مستوى الإعلام الرياضي	٣,٦٣	٠,٩٨	الثانية عشر
٢٠	جودة الخدمات الصحية	٣,٧٥	٠,٨٥	السادسة
	المجموع الكلي	٣,٤٩	٠,٦٧	-----



يظهر من الجدول رقم (٢٠) أن الفقرة رقم (١) والخاصة بعامل: " الشعور بالأمن " احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (٤,٣١) وانحراف معياري (٠,٩٦) ، ثم جاءت الفقرة رقم (٢) والخاصة "سمعة الأردن بين دول العالم" بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٤,١٨) وانحراف معياري بلغ (١,١٢) ، وكانت الفقرة رقم (٩) والخاصة بتقويم العوامل من حيث " فعالية تسويق النشاطات الرياضية " قد احتلت المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (٢,٢٣) وانحراف معياري (٠,٨٤).

أما المجموع الكلي لدرجة توفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية فبلغ (٣,٤٩) وهذا يشير إلى درجة متوسطة في توفر العوامل المرتبطة بالسياحة الرياضية.

السؤال الرابع: هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقويم السياح لتوفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني تبعا لمتغيرات الجنس، الجنسية، عدد مرات الزيارة ، والغرض من الزيارة؟

للإجابة عن السؤال الرابع تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتوفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني تبعا لمتغيرات الجنس والجنسية وعدد مرات الزيارة والغرض من الزيارة، الجداول (٢١ - ٢٤) توضح ذلك. كما تم تطبيق تحليل التباين الرباعي (Way- ANOVA -٤) كما في جدول (٢٥) .

#### جدول رقم (٢١)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح لفقرات مجال العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في

المثلث السياحي الأردني تبعا لمتغير الجنس

الرقم	الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
١	ذكر	٣,٦٦	٠,٥٧	متوسطة
٢	أنثى	٣,٥٦	٠,٥١	متوسطة

يظهر من الجدول رقم (٢١) أن المتوسطات الحسابية لدرجة تقييم السياح لتوفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية للذكور والإناث كانت متقاربة حيث بلغ للذكور (٣,٦٦) وللإناث (٣,٥٦).

جدول رقم (٢٢)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح لفقرات مجال توفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية تبعاً لمتغير الجنسية.

الرقم	الجنسية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
١	الأوروبية	٣,٧٧	٠,٥٠	مرتفعة
٢	الأمريكية	٣,٩١	٠,٣٥	مرتفعة
٣	العربية	٣,٢٨	٠,٥١	متوسطة
٤	الأردنية	٣,٣٢	٠,٥٥	متوسطة

يظهر من الجدول رقم (٢٢) أن أعلى متوسط حسابي بلغ (٣,٩١) وكان للجنسية (الأمريكية)، ثم جاءت الجنسية (الأوروبية) بمتوسط حسابي (٣,٧٧)، بينما بلغ أدنى متوسط حسابي (٣,٢٨) وكان يعود للجنسية (العربية).

جدول رقم (٢٣)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح لفقرات مجال توفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية تبعاً لمتغير عدد مرات الزيارة.

الرقم	عدد الزيارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
١	مرة واحدة	٣,٠٠	٠,٠٨	متوسطة
٢	مرتان	٣,٢٥	٠,٢١	متوسطة
٣	ثلاث مرات	٣,٣٤	٠,٦٠	متوسطة
٤	أربع مرات	٣,٣٩	٠,٤٨	متوسطة
٥	٩ مرات	٣,٤٢	٠,٤٩	متوسطة
٦	١٠ مرات	٣,٥٩	٠,٥١	متوسطة
٧	١٤ مرة	٣,٧٤	٠,٤٦	مرتفعة
٨	مرات عديدة	٣,٨٦	٠,٤٧	مرتفعة

يظهر من الجدول رقم (٢٣) أن أعلى متوسط حسابي للزيارة (مرات عديدة) حيث بلغ (٣,٨٦)، ثم جاء المتوسط الحسابي لعدد الزيارات " ١٤ " وبلغ (٣,٧٤)، ثم الزيارة للمرة العاشرة وبلغ (٣,٥٩)، بينما بلغ أدنى متوسط حسابي (٣,٠٠) وكان لعدد الزيارات لمرة واحدة.

جدول رقم (٢٤)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح لفقرات مجال توفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية تبعاً لمتغير الغرض من الزيارة

الرقم	الهدف من الزيارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
١	قضاء أوقات الفراغ	٣,٨٠	٠,٥١	مرتفعة
٢	مشاهدة المناظر الطبيعية	٣,٧٣	٠,٤٤	مرتفعة
٣	التسوق	٣,٥٠	٠,٠٠	متوسطة
٤	زيارة المواقع الأثرية	٣,٧٢	٠,٥٨	مرتفعة
٥	العلاج	٣,٢٦	٠,٥٧	متوسطة
٦	المشاركة بالمؤتمرات	٣,٦٨	٠,٥٧	مرتفعة
٧	زيارة الأقارب	٣,٥٤	٠,٥٨	متوسطة
٨	ممارسة النشاطات الرياضية	٤,٠٥	٠,١٦	مرتفعة
٩	أخرى	٢,٩٢	٠,٦٨	متوسطة

يظهر من الجدول رقم (٢٤) أن أعلى متوسط حسابي كان لهدف ممارسة النشاطات الرياضية حيث بلغ (٤,٠٥)، ثم جاء المتوسط الحسابي لهدف قضاء أوقات الفراغ وبلغ (٣,٨٠)، ثم لهدف مشاهدة المناظر الطبيعية حيث بلغ المتوسط الحسابي (٣,٧٣)، بينما بلغ أدنى متوسط حسابي (٣,٢٦) وكان لغرض العلاج.

وبغرض الكشف عن الفروق بين المتوسطات الحسابية السابقة في درجة تقويم العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني تبعاً للمتغيرات الجنس، الجنسية، عدد مرات الزيارة للأردن، والغرض من الزيارة، تم تطبيق تحليل التباين الرباعي (٤-Way-ANOVA) والجدول رقم (٢٥) يوضح ذلك.

جدول رقم (٢٥)

نتائج تحليل التباين الرباعي لكشف الفروق في درجة تقويم السياح لمجال توفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية تبعاً لمتغيرات الجنس، الجنسية، عدد الزيارات، الغرض من الزيارة

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
الجنس	٠,٩٦	١	٠,٩٦	٠,٥١	٠,٤٧
الجنسية	١,٢٧	٣	٠,٤٢	٠,٥٦	٠,٨٦
عدد الزيارات إلى الأردن	٢,٤٥	٧	٠,٣٥	١,٨٦	٠,٠٨
الهدف من الزيارة	٩,٩٦	٨	١,٢٤	٦,٦٢	٠,٠٠*
نسبة الخطأ	٢٤,٦٤	١٣١	٠,١٨٨		
المجموع	٣٩,٢٨	١٥٠			

\* ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (  $\alpha = ٠,٠٥$  )

يظهر من الجدول رقم (٢٥) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية لدرجة تقويم السياح لتوفر عوامل السياحة الرياضية في الأردن تبعاً لمتغيرات (الجنس، والجنسية، وعدد الزيارات إلى الأردن) ووجود فروق بين المتوسطات الحسابية لدرجة تقويم السياح لتوفر عوامل السياحة الرياضية تبعاً لمتغير (الهدف من الزيارة) حيث بلغت قيمة (ف) لمتغير الهدف من الزيارة (٦,٦٢) بدلالة إحصائية (٠,٠٠) وهي قيمة دالة إحصائياً لمتغير الهدف من الزيارة، وبغرض الكشف عن مواقع الفروق تم تطبيق اختبار شيفيه (Scheffe) للمقارنات البعدية لمتغير الهدف من الزيارة والجدول (٢٦) يوضح ذلك.

#### جدول رقم (٢٦)

نتائج اختبار شيفيه للمقارنات البعدية لمعرفة الفروق في درجة تقويم السياح لمجال توفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية تبعاً لمتغير الغرض من الزيارة.

الهدف من الزيارة	المتوسط الحسابي	قضاء أوقات الفراغ	مشاهدة المناظر الطبيعية	التسوق	زيارة المواقع الأثرية	العلاج	المشاركة بالمؤتمرات	زيارة الأقارب	ممارسة الأنشطة الرياضية
قضاء أوقات الفراغ	٣,٨٠			*٠,٧٩		*٠,٥٣			
مشاهدة المناظر الطبيعية	٣,٧٣								
التسوق	٣,٥٠	*٠,٧٩						*٠,٢٣	
زيارة المواقع الأثرية	٣,٧٢								
العلاج	٣,٢٦	*٠,٥٣						*٠,٢٧	
المشاركة بالمؤتمرات	٣,٦٨								
زيارة الأقارب	٣,٥٤								
ممارسة النشاطات الرياضية	٤,٠٥			*٠,٢٣		*٠,٢٧			
أخرى	٢,٩٢								

\* ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (  $\alpha = ٠,٠٥$  )

يظهر من الجدول رقم (٢٦) أن مواقع الفروق على متغير الهدف من الزيارة كانت بين (ممارسة الأنشطة الرياضية وكل من العلاج والتسوق) لصالح ممارسة الأنشطة الرياضية (٤,٠٥) بينما بلغ لهدف الرياضية، حيث بلغ المتوسط الحسابي لممارسة الأنشطة الرياضية (٣,٥٠). كما تبين وجود فروق بين (قضاء أوقات الفراغ وكل من العلاج والتسوق)، وكانت الفروق لصالح قضاء أوقات الفراغ حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (٣,٨٠) في حين بلغ المتوسط الحسابي لأهداف العلاج (٣,٢٦) ولأهداف التسوق (٣,٥٠)، بينما لا توجد فروق دالة إحصائية عند بقية المقارنات.

السؤال الخامس: ما مدى تقويم السياح لأهمية العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني؟

للإجابة عن السؤال الخامس تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم أفراد العينة لفقرات مجال أهمية العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني، والمجموع الكلي لها، جدول رقم (٢٧) يوضح ذلك.

جدول رقم (٢٧)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح لفقرات مجال أهمية عوامل السياحة الرياضية

الرقم	العامل	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة
١	الشعور بالأمن	٤,٠٣	١,٠٣	السادسة
٢	سمعة الأردن بين دول العالم	٣,٧٣	١,٠٥	الثامنة عشر
٣	توفر البنية التحتية	٣,٨١	١,١٧	السابعة عشر
٤	الأجهزة والمعدات اللازمة لممارسة النشاطات الرياضية	٤,٠٩	٠,٩٥	الرابعة
٥	ملائمة التجهيزات الرياضية للمعايير العالمية	٤,٠٦	١,١١	الخامسة
٦	القدرة على تنظيم النشاطات الرياضية على المستوى العالمي	٤,١٣	١,٠٨	الثالثة
٧	اهتمام الجهات الرسمية بدعم النشاطات الرياضية	٤,٠٢	٠,٩٩	السابعة
٨	الدعم والرعاية المالية للنشاطات الرياضية	٤,١٦	١,٠٨	الثانية
٩	فعالية تسويق النشاطات الرياضية	٤,٢٥	٠,٩٩	الأولى
١٠	التسهيلات والخدمات الرياضية	٤,٠٠	١,٠٧	الثامنة
١١	الحضور الأردني الفاعل في النشاطات الرياضية	٣,٩٨	١,١٦	التاسعة
١٢	الوعي الرياضي للمواطن الأردني	٣,٩٦	١,٠٣	العاشرة
١٣	التسهيلات على المعابر والحدود للرياضيين	٣,٦٥	١,٠٨	التاسعة عشر
١٤	التميز والفرادة بين دول الإقليم	٣,٩٥	١,٠٨	الحادية عشر
١٥	مستوى النظافة	٣,٩٤	١,٠٧	الثانية عشر
١٦	مستوى الضيافة	٣,٩٣	١,١٣	الثالثة عشر
١٧	التعامل مع الحالات الطارئة	٣,٨٩	١,٠٦	الخامسة عشر
١٨	الخدمات الطبية الرياضية	٣,٩١	١,٠٧	الرابعة عشر
١٩	مستوى الإعلام الرياضي	٤,٢٥	٠,٩٩	الأولى
٢٠	نوعية الخدمات الصحية	٣,٨٣	١,١٢	السادسة عشر
	المجموع الكلي	٣,٩٦	٠,٨٤	-----

يظهر من الجدول رقم (٢٧) أن الفقرة (٩) والخاصة بعامل "فعالية تسويق النشاطات الرياضية" والفقرة (١٩) والخاصة بعامل "مستوى الإعلام الرياضي" جاءتا بالمرتبة الأولى وبمتوسط حسابي (٤,٢٥)، أما أقل المتوسطات الحسابية بلغت (٣,٦٥) وكانت للفقرة (١٣) والخاصة بتقويم أهمية العوامل من حيث "التسهيلات على المعابر والحدود للرياضيين".

أما المجموع الكلي لدرجة أهمية عوامل السياحة الرياضية فبلغ (٣,٩٦) وهذا يشير إلى درجة مرتفعة في أهمية العوامل لتطوير السياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي الأردني.

**السؤال السادس:** هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقويم السياح لأهمية العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني تبعا لمتغيرات الجنس، الجنسية، عدد مرات الزيارة ، والغرض من الزيارة؟

للإجابة عن السؤال السادس تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة تقويم السياح لأهمية العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني تبعا لمتغيرات الجنس، الجنسية، عدد مرات الزيارة ، والغرض من الزيارة، الجداول (٢٨ - ٣١) توضح ذلك. كما تم تطبيق تحليل التباين الرباعي (٤- Way- ANOVA) جدول (٣٢) يوضح ذلك.

جدول رقم (٢٨)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة تقويم السياح لفقرات مجال أهمية عوامل السياحة الرياضية تبعا لمتغير الجنس

الرقم	الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
١	ذكر	٣,٩٨	٠,٨٢	مرتفعة
٢	أنثى	٣,٩٣	٠,٨٩	مرتفعة

يظهر من الجدول رقم (٢٨) أن المتوسطات الحسابية لدرجة تقويم السياح لأهمية عوامل السياحة للذكور والإناث كانت متقاربة حيث بلغ للذكور (٣,٩٨) وللإناث (٣,٩٣).

جدول رقم (٢٩)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة تقويم السياح لفقرات مجال أهمية عوامل السياحة الرياضية تبعا لمتغير الجنسية

الرقم	الجنسية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
١	الأوروبية	٤,٣٧	٠,٥٦	مرتفعة
٢	الأمريكية	٤,٢٠	١,١٢	مرتفعة
٣	العربية	٤,٠٦	٠,٤٨	مرتفعة
٤	الأردنية	٣,١٥	١,٠٨	متوسطة

يظهر من الجدول رقم (٢٩) أن المتوسطات الحسابية لدرجة تقويم السياح لأهمية عوامل السياحة الرياضية تبعاً لمتغير الجنسية تراوحت بين (٣,١٥ إلى ٤,٣٧) وكان أبرزها للجنسية (الأوروبية) وأدناها للجنسية (الأردنية).

#### جدول رقم (٣٠)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح لفقرات مجال أهمية عوامل السياحة الرياضية تبعاً لمتغير عدد مرات الزيارة

الرقم	عدد الزيارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
١	مرة واحدة	٢,٦٥	١,٢١	متوسطة
٢	مرتان	٣,٨٠	٠,٥١	مرتفعة
٣	ثلاث مرات	٣,٩٨	٠,٦٠	مرتفعة
٤	أربع مرات	٤,٠٢	٠,٤٦	مرتفعة
٥	٩ مرات	٤,٠٣	٠,٤٩	مرتفعة
٦	١٠ مرات	٤,١٦	٠,٠٨	مرتفعة
٧	١٤ مرة	٤,١٧	٠,٤٧	مرتفعة
٨	مرات عديدة	٤,٢٢	٠,٤٨	مرتفعة

يظهر من الجدول رقم (٣٠) أن أعلى متوسط حسابي لعدد الزيارات "مرات عديدة" حيث بلغ (٤,٢٢)، ثم جاء المتوسط الحسابي لعدد الزيارات "١٤ مرات" وبلغ (٤,١٧)، ثم لعدد الزيارات (١٠) بمتوسط حسابي (٤,١٦)، بينما بلغ أدنى متوسط حسابي لعدد المرات "مرة واحدة" وبلغ (٢,٦٥).

#### جدول رقم (٣١)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح لفقرات مجال أهمية عوامل السياحة الرياضية تبعاً لمتغير الغرض من الزيارة

الرقم	الغرض من الزيارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التقييم
١	قضاء أوقات الفراغ	٣,٧٧	٠,٦٢	مرتفعة
٢	مشاهدة المناظر الطبيعية	٤,٠٦	٠,٨٢	مرتفعة
٣	التسوق	٣,٩٥	٠,٨١	مرتفعة
٤	زيارة المواقع الأثرية	٤,٠١	٠,٩٠	مرتفعة
٥	العلاج	٣,٣٢	١,٤٦	متوسطة
٦	المشاركة في المؤتمرات	٣,٦٥	٠,٠٠	متوسطة
٧	زيارة الأقارب	٣,٩٦	٠,٨٧	مرتفعة
٨	ممارسة النشاطات الرياضية	٤,٤٠	٠,٠٨	مرتفعة
٩	أخرى	٤,٠٧	٠,٧٣	مرتفعة

يظهر من الجدول رقم (٣١) أن أعلى متوسط حسابي كان لهدف ممارسة النشاطات الرياضية حيث بلغ (٤,٤٠)، ثم جاء المتوسط الحسابي لهدف مشاهدة المناظر الطبيعية وبلغ (٤,٠٦)، ثم لهدف زيارة المواقع الأثرية حيث بلغ المتوسط الحسابي (٤,٠١)، بينما بلغ أدنى متوسط حسابي لهدف العلاج وبلغ (٣,٣٢).

وبغرض الكشف عن الفروق بين المتوسطات الحسابية السابقة في درجة تقويم السياح لأهمية العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني تبعاً للمتغيرات الجنس، الجنسية، عدد مرات الزيارة، والغرض من الزيارة، تم تطبيق تحليل التباين الرباعي (٤-Way ANOVA)، والجدول رقم (٣٢) يوضح ذلك.

جدول (٣٢)

نتائج تحليل التباين الرباعي لكشف الفروق في درجة تقويم السياح لمجال أهمية عوامل السياحة الرياضية تبعاً لمتغيرات الجنس، الجنسية، عدد الزيارات، الغرض من الزيارة.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى الدلالة
الجنس	٣,٥٢	١	٣,٥٢	٠,٠٠	٠,٩٩
الجنسية	١١,٢٧	٣	٣,٧٥	١,٣٢	٠,٢١
عدد الزيارات	٦,٨	٧	٠,٩٧	١,٣٨	٠,٢١
الهدف من الزيارة	٥,٤٩	٨	٠,٦٨	٠,٩٦	٠,٤٦
نسبة الخطأ	٩٣,١٧	١٣١	٠,٧١		
المجموع	١٢٠,٢٥	١٥٠			

يظهر من الجدول رقم (٣٢) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسطات الحسابية لدرجة تقويم السياح لأهمية عوامل السياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني تبعاً لمتغيرات (الجنس، والجنسية، وعدد الزيارات إلى الأردن، والهدف من الزيارة).



## ثانياً : مناقشة النتائج

### • مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول :

تشير الجداول رقم (١٠ ، ١١ ، ١٢) إلى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم أفراد عينة الدراسة لفقرات الاستبيان المتعلقة بالخدمات السياحية من حيث توفرها وجودتها وكفاءتها ونكاليها على التوالي .

يتضح من الجدول رقم (١٠) أن رضا الزوار عن توفر الخدمات السياحية جاء بمستوى مرتفع تمثل في توفير الخدمات التي تلبي رغبات السائح واحتياجاته المتعددة كالشعور بالأمن والسلامة في المكان الذي يتواجد فيه والذي حصل على المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (٤,١١) ، وتوفر وسائل النقل والمواصلات التي احتلت المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٤,٠٩) حيث تساهم شركات النقل السياحي مساهمة كبيرة بتوفير وسائل النقل لتسهيل نقل السياح والمجموعات السياحية داخل الأردن . كما جاء رضا الزوار عن توفر خدمات الإقامة في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ (٤,٠٠) والسبب في ذلك من وجه نظر الباحثة يعود للتطور الملحوظ الذي حظيا به قطاع السياحة الأردني حيث تم التركيز على تطوير الخدمات السياحية الأردنية وتوفيرها بشكل كبير لمساندة العرض الأردني السياحي الهادف إلى جذب السياح وتوفير الراحة والخدمة لهم بمستويات ترضي رغباتهم وأذواقهم المختلفة .

ويتضح من الجدول رقم (١١) أن تقييم السياح جاء مرتفعاً لجاذبية الموقع السياحي فقد جاء في المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (٤,٠٥) وليس هذا بالشيء الجديد ، فجاذبية هذه المناطق السياحية الواقعة ضمن المثلث السياحي الأردني تمتاز بجمالها الفريد وجوها الدافئ مما يعطيها سمة الاعتدال المناخي على مدار السنة، ويساعد ذلك في إعطاء ميزة نسبية في استمرار الموسم السياحي على مدار السنة .

كما أن تقويم السياح جاء بنسب مرتفع لعوامل نوعية خدمات الإقامة ، إذ جاءت بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٣,٨٦) تليها عامل جودة خدمات الأضمة بمتوسط حسابي (٣,٨٠) والسبب في ذلك لتوفر الفنادق ذات المستوى العالي ( الخمس نجوم ) والفنادق ذات الأربع والثلاث نجوم بكثرة في المواقع السياحية ونوعية الإقامة التي يتميز بها وادي رم وهي المبيت في المخيمات البدوية وتوفر كافة احتياجات السائح بها.

كما ونلاحظ من الجداول رقم (١٠ ، ١١ ، ١٢) أن آراء عينة الدراسة جاءت سلبية نحو الأسئلة المتعلقة بالنشاطات الرياضية - وما يرتبط بها من توفر للمعدات والأجهزة وإجراءات السلامة ومستوى تنظيمها وخبرة الجهات القائمة عليها وكفاءة العاملين بها حيث احتلت المراتب الأخيرة في مجال تقويم السياح للخدمات السياحية بمتوسط حسابي تراوح بين (٣,٤١ - ٣,٧٦) وترى الباحثة أن ذلك يعود لعدم تركيز القطاع السياحي على الأنشطة ذات الاستقطاب السياحي وما يتعلق بها من تجهيزات ومعدات وذلك لعدم أدراك القطاع السياحي لأهمية الأنشطة الرياضية ودورها الفعال في استقطاب السياح وتشجيعهم على زيارة الأماكن السياحية .

وعلى الرغم من مستوى الرضا للسياح عن توفر الخدمات السياحية في الموقع السياحي إلا أنه بالمقابل نلاحظ تدني تقويم السياح (الأردنيين) لأسعار هذه الخدمات في المواقع السياحية وتكاليف ممارسة النشاطات الرياضية حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (٢,٣٠)، فالتطور والنهضة التي شهدته هذه المواقع السياحية بمستوى السياحة لم تأخذ على عاتقها المواطن الأردني وضرورة توفير الخدمات والتسهيلات السياحية حسب إمكاناته وقدراته إنما وضعت السائح الأجنبي وتوقعاته ضمن أولوياتها ، الجدول رقم (١٥) يبين ذلك . وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع دراسة سماوي (٢٠٠١) و(١٩٩٨) ودراسة مقابلة (٢٠٠٣) حيث أظهرت أن أسعار الخدمات السياحية المقدمة في المواقع السياحية حصلت على مستوى متدني من رضا الزوار لها .

#### • مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني :

يتضح من الجدول رقم (١٨) انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس والجنسية وعدد مرات الزيارة على مجال تقويم الخدمات السياحية في الموقع السياحي ، بينما كان هناك فروق دالة إحصائية في تقويم السياح للخدمات السياحية تعزى لمتغير الغرض من الزيارة ، ولمعرفة مواقع تلك الفروق تم استخدام اختبار شيفية للمقارنات البعدية .

والجدول رقم (١٩) يوضح مصادر تلك الفروق ، حيث كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية لمتغير الغرض من الزيارة ولصالح غرض ممارسة النشاطات الرياضية ، كما تبين وجود فروق دالة إحصائية لمتغير الغرض من الزيارة ولصالح غرض مشاهدة المناظر الطبيعية والسبب في ذلك من وجهة نظر الباحثة يعود لطبيعة الرحلة التي تتيح لأصحابها فرصة التعرف بشكل أفضل على المكان لسهوله تحركهم وحريرتهم وعدم تقيدهم ببرامج معينة وفق أزمنة محددة خلال الزيارة من القادمين بغرض العلاج والمشاركة بالمؤتمرات .

## • مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث :-

يبين الجدول رقم (٢٠) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب فقرات مجال تقويم توفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني من وجهة نظر أفراد عينه الدراسة .

حيث جاءت الفقرة رقم (٩) والتي تنص على " فعالية تسويق النشاطات الرياضية " في المرتبة الأخيرة في ترتيب فقرات مجال توفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية بمتوسط حسابي بلغ (٢,٢٣) وانحراف معياري (٠,٨٤) . وترى الباحثة أن ذلك يعود لعدم ربط النشاطات الرياضية ربطاً مباشراً بالمواقع السياحية عند التسويق لها ، وعدم استغلال الأماكن السياحية بما يتوفر فيها من عوامل طبيعية متميزة الاستغلال الامثل لإقامة النشاطات الرياضية واستخدام ذلك كوسيلة ترويجية لجذب السياح من جميع دول العالم لها .

وجاءت الفقرة رقم (٥) والتي تنص على " ملائمة التجهيزات الرياضية للمعايير العالمية " والفقرة رقم (٦) والتي تنص على " القدرة على تنظيم النشاطات الرياضية على المستوى العالمي " في المراتب ما قبل الأخيرة في ترتيب فقرات المجال بمتوسط حسابي تراوح بين (٢,٣٠ - ٢,٣٢) ويعود السبب برأي الباحثة أن عملية تنظيم الدورات الرياضية بحاجة لدعم مالي كبير لاستضافة السياح واللاعبين وتوفير الامكانيات والتجهيزات اللازمة لإنجاح هذه الدورات ، وبالتالي فإن قيام الشركات الكبيرة بدعم البطولات الرياضية مادياً يعمل على إنجاح هذه البطولات الرياضية وتوفير كل ما يلزم لجعلها على المستوى العالمي ، مما يشجع السياح للقدوم والمشاركة بالدورات الرياضية ومشاهدتها ، مما يؤدي إلى تنمية السياحة وإنجاح البطولات إعلامياً . بالمقابل فإن الشركات تعمل على تسويق منتجاتها من خلال دعمها للأنشطة الرياضية الأمر الذي يعود بالفائدة على الطرفين .

وجاء تقويم أفراد عينه الدراسة بدرجة متوسطة لتوفر عوامل "الوعي الرياضي للمواطن الأردني" و"الحضور الأردني الفاعل في النشاطات الرياضية" بوسط حسابي بلغ (٣,٦١) لكل منهما ، ويعود السبب في ذلك برأي الباحثة لضعف تقبل المواطن الأردني لفكرة النشاطات الرياضية والمشاركة بها نظراً لطبيعة المجتمع العربي الذي تحكمه العادات والتقاليد . لذا يجب الاهتمام بتعميم الثقافة الرياضية على المجتمع لما لها من فوائد بتوعية المواطن الأردني بالجانب الرياضي وأهمية ربط الرياضة بالسياحة وفوائد ذلك على تنمية كل من السياحة والرياضة .

وقد جاءت الفقرة رقم (١) والتي تنص على " الشعور بالأمن " في المرتبة الأولى في ترتيب فقرات المجال بوسط حسابي (٤,٣١) واحتلت الفقرة رقم (٢) " سمعة الأردن بين دول العالم " المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٤,١٨) وذلك يعود لما تمتاز به الأردن من سمعه طيبه وأمن استقرار بين دول العالم وذلك نتاجاً لجهود قطاع السياحة الأردني على مر السنين في تعزيز الصورة الذهنية للأردن كمقصد سياحي متميز عن باقي الدول المجاورة ، الأمر الذي يدعو إلى استغلال ذلك كأداة تسويقية للسياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي الأردني والعمل على تنميتها وتطويرها من خلالها .

#### • مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع :

يتضح من الجدول رقم (٢٥) انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس والجنسية وعدد مرات الزيارة على مجال تقويم توفر العوامل الخاصة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني ، بينما كان هناك فروق داله إحصائياً في تقييم السياح لتوفر العوامل المساهمة في تطوير السياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني تعزى لمتغير الغرض من الزيارة ولمعرفة مواقع تلك الفروق تم استخدام اختبار شيفيه للمقارنات البعديه .

والجدول رقم (٢٦) يوضح مصادر تلك الفروق ، حيث كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية لمتغير الغرض من الزيارة ولصالح غرض ممارسة النشاطات الرياضية ، وترى الباحثة أن السبب في ذلك يعود إلى أن الممارسين للنشاطات الرياضية من خلال تجاربهم الطويلة وممارستهم لسنوات عديدة لهذا المجال يستطيعوا أن يقوموا توفر العوامل المرتبطة بالسياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني من عدم توفرها .

كما تبين وجود فروق دالة إحصائياً لمتغير الغرض من الزيارة والصالح قضاء أوقات الفراغ وذلك لأن اغلب الزوار الذي يأتون لهذا الغرض يقضون أوقات فراغهم في ممارسة النشاطات الرياضية ، وبالتالي فان لهم خبرة في هذا المجال ويستطيعون أن يحكموا على مدى توفر العوامل المساهمة في تطوير السياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني بشكل أفضل من القادمين بغرض العلاج والتسوق .

## • مناقشة نتائج السؤال الخامس :

بين الجدول رقم (٢٧) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقويم السياح لفقرات مجال أهمية العوامل الخاصة بتنمية السياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني ، وجاءت الفقرة رقم (٩) والتي تنص على " تسويق النشاطات الرياضية" بمتوسط حسابي (٤,٢٥) كما جاءت الفقرة رقم (١٩) والتي تنص على " مستوى الإعلام الرياضي " في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (٤,١٦) في المرتبة الأولى ، وذلك لان التسويق هو الأداة الأساسية للترويج لاماكن السياحية وهو الوسيلة الوحيدة لتعريف العالم بالمعالم السياحية الموجودة وما يمكن استغلاله منها لممارسة النشاطات الرياضية ويتم ذلك عن طريق وسائل الإعلام المختلفة وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع دراسة بيج (٢٠٠٦) وواين ايماري (٢٠٠٢) والتي أظهرتا أن وسائل الترويج الجيده قادرة على جذب الزوار والسياح الى المناطق المسوق لها بدرجة كبيرة جداً وبنسب مرتفعة.

كما جاءت الفقرة رقم (٨) والتي تنص على " الدعم والرعاية المالية للنشاطات الرياضية " على المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (٣,٩٤) وذلك لان تنمية وتطوير أي قطاع يعتمد في الأساس على توفير الدعم المالي الكافي وتوفير ما يحتاجه من عتاد للنهوض به . وهذه تتفق مع دراسة الأحمد (٢٠٠٥) والتي توصلت الى أن أهم طرق تنمية السياحة عن طريق الرياضة هي استغلال الأراضي الشاسعة لإقامة المنشآت الرياضية السياحية المتكاملة وذلك بتوفير الدعم المالي لإقامتها.

كما جاءت الفقرة رقم (١٣) والتي تنص على "تسهيلات على المعابر والحدود" في المرتبة الأخيرة وبمتوسط حسابي بلغ (٣,٦٥) وذلك لان السائح الرياضي سواء كانت التسهيلات على المعابر والحدود سريعة أو بطيئة فان ذلك لا يشكل فرقاً ذات قيمه لديه ، وإنما اهتمامه ينصب على الخدمات والتسهيلات المتوفرة في المكان الذي سيمارس النشاط الرياضي فيه .

## • مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال السادس :

يوضح الجدول رقم (٣٢) انه ليس هناك الفروق في درجة تقويم السياح لفقرات مجال أهمية عوامل السياحة الرياضية تبعاً لمتغيرات الجنس ، الجنسية ، عدد مرات الزيارة ، الغرض من الزيارة ويعود السبب في ذلك برأي الباحثة انه مهما اختلفت جنسيات وجنس السياح وعدد مرات زيارتهم للمثلث السياحي الأردني وغرضهم من الزيارة فإنهم لا يختلفون بان جميع العوامل المساهمة في تنمية السياحة الرياضية ذات أهمية وتؤثر تأثيراً ايجابياً على تطوير السياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني.

## الفصل الخامس

### الاستنتاجات والتوصيات

أولاً : الاستنتاجات

في ضوء النتائج ومناقشتها توصلت الباحثة إلى الاستنتاجات التالية :

- (١) جاء تقييم أفراد العينة مرتفعاً لعوامل الشعور بالأمن ، وتوفير وسائل النقل ، وتوفير خدمات الإقامة ، وجاذبية المكان ، ونوعية خدمات الإقامة والطعام.
- (٢) تقييم السياح متدنياً للخدمات السياحية المرتبطة بالنشاطات الرياضية في المواقع السياحية.
- (٣) آراء عينة الدراسة ( الأردنيين ) سلبية نحو أسعار الخدمات السياحية ، وتكاليف ممارسة النشاطات الرياضية.
- (٤) هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الهدف من الزيارة لعينة الدراسة للمثلث السياحي الذهبي وتقييمهم للخدمات والتسهيلات السياحية لصالح ممارسة النشاطات الرياضية ومشاهدة المناظر الطبيعية.
- (٥) تقييم السياح سلبي لعوامل توفر السياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي الأردني لكل من فعالية تسويق النشاطات الرياضية والقدرة على تنظيم النشاطات الرياضية على المستوى العالمي ، وملائمة التجهيزات للمعايير العالمية.
- (٦) من العوامل التي ساهمت في تطوير السياحة الرياضية في المثلث السياحي الأردني توفر الأمن بالإضافة إلى سمعة الأردن بين دول العالم، وجاذبية الموقع السياحي.
- (٧) هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الهدف من الزيارة لعينة الدراسة للمثلث السياحي الذهبي وتقييمهم لتوفر العوامل المرتبطة بتنمية السياحة الرياضية لصالح هدف ممارسة النشاطات الرياضية وقضاء أوقات الفراغ.
- (٨) من العوامل الهامة لتنمية السياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي الأردني من وجهة نظر عينة الدراسة تسويق النشاطات الرياضية ورفع مستوى الإعلام الرياضي وتوفير الدعم والرعاية المالية لإقامة النشاطات الرياضية في الأماكن السياحية.

## ثانيا : التوصيات

وبناءً عليه توصي الباحثة بما يلي:

- (١) وضع السياحة الرياضية ضمن السياسات والإستراتيجيات السياحية وعمليات التنمية والتطوير في وزارة السياحة الأردنية وعدم الاقتصار على الاهتمام بأنواع محددة من أنماط السياحة التقليدية.
- (٢) توفير الخدمات السياحية التي يحتاجها المواطن السائح وبما يتناسب مع امكاناته وقدراته.
- (٣) ضرورة الاهتمام بالتسويق الجيد للمنتج الأردني من السياحة الرياضية ووضع خطط وسياسات تسويقية وإعلامية لاجتذاب السياح من مختلف الأسواق السياحية من عشاق مختلف أنواع الرياضات وتشجيعهم على زيارة المتلكث السياحي الذهبي الأردني وممارسة هواياتهم طوال العام.
- (٤) العمل على جذب الاستثمارات والدعم المالي لإقامة المشروعات الخاصة بتوفير امكانات الترويج والريضة.
- (٥) إقامة المهرجانات والمناسبات الرياضية بالقرب من المناطق السياحية والأثرية في المتلكث السياحي الذهبي الأردني لجذب الشباب الرياضي في العالم للاشتراك بها وجذباً لهواة مشاهدة مثل هذه المناسبات.
- (٦) العمل على إتاحة الفرصة للرياضيين للتمتع ببعض المميزات أثناء انعقاد المناسبات والمهرجانات الرياضية، وفي مقدمتها زيارة المتاحف والمناطق الأثرية ، ومختلف أماكن الجذب السياحي برسوم رمزية، حيث أن ذلك يعتبر أحد المغيرات والمحفزات لتكرار الزيارة والبقاء لأطول مدة ممكنة بعد إنهاء المناسبة الرياضية .
- (٧) إعداد وتنفيذ برامج توعية سياحية بهدف التعريف بالسياحة الرياضية وأبعادها وتعزيزها كمفهوم وممارسة من خلال تصميم برامج سياحية تتناسب مع حاجات الشباب الأردني وإمكانياته وتشجيع الشباب على المشاركة بمثل هذا النوع من السياحة.
- (٨) العمل على دعم وتطوير المكاتب السياحية الأردنية في الخارج وخاصة في الدول التي تقع على قمة الدول المصدرة للسياحة إلى الأردن وإلزامها بالقيام بتشجيع السياحة الرياضية وإدراجها ضمن برامجها السياحية .

## ■ المراجع العربية :

- ✓ الأحمد ، ريم ، "وسائل تنمية السياحة عن طريق الرياضة من وجهة نظر العاملين في القطاعين الرياضي والسياحي" ،رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية ، عمان ، الأردن ، ٢٠٠٥م .
- ✓ الجلاد، احمد ، أطر الاتجاهات الحديثة في السياحة ،عالم الكتب للنشر، مصر، القاهرة، ٢٠٠٢م.
- ✓ الرحيمي ، سالم ،" دور مكاتب السياحة والسفر في ترويج الخدمة السياحية في الأردن" ،رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة آل البيت ، الأردن ، ١٩٩٧م .
- ✓ السيسي ، ماهر ، مبادئ السياحة ، مجموعة النيل العربية ، الطبعة الأولى ، عالم الكتب للنشر ، القاهرة ، مصر ، ٢٠٠١م .
- ✓ الشافعي، حسن ، الموسوعة العلمية للإدارة الحديثة، دار الوفاء للنشر، الإسكندرية، ٢٠٠٤م.
- ✓ العنابي ، زهر ، قراءة لفلسفة الأعلام والترويج ، سلسلة الفكر السياحي الأردني ، عمان، الأردن ، ٢٠٠٥م
- ✓ القريوتي ، محمد ، مبادئ التسويق الحديث ، دار الصفاء للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، ٢٠٠١م
- ✓ الميداني ، اشرف ، "تقويم إمكانيات السياحة الرياضية في مصر" ، رسالة ماجستير غير منشورة ، الإسكندرية ، ١٩٩٨م .
- ✓ أبو رحمة، مروان ، وآخرون، مبادئ السياحة، دار البركة، عمان ، الأردن ، ٢٠٠١م.
- ✓ أبو قحف ، عبد السلام ، التسويق بين النظرية والتطبيق ، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة، ٢٠٠٠م .
- ✓ أبو قحف ، عبد السلام ، صناعة السياحة في مصر ، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية ، ١٩٩٧م .
- ✓ جريدة الرأي ، العدد ١٣٤٣٢ ، الملحق (١٤٥) ، الصفحة الأولى ، عمان ، المملكة الأردنية الهاشمية ، ١٢ تموز ٢٠٠٧م .



- ✓ حجاب ، محمد منير ، الإعلام السياحي ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ، ٢٠٠٢م .
- ✓ خمّش ، مجد الدين ، أزمة التنمية العربية : مفهوم التنمية التقليدي والعلاقة مع النظام العالمي ، دار مجدلاوي للنشر ، عمان ، الأردن ، ١٩٩٩م .
- ✓ درويش ، كمال ، وآخرون ، رؤية عصرية للترويج وأوقات الفراغ ، الطبعة الأولى ، مركز الكتاب للنشر ، القاهرة ، ١٩٩٧م .
- ✓ دعيس ، يسرى ، صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق ، دار الوفاء للنشر ، الإسكندرية ، ٢٠٠٣م .
- ✓ سلوم ، ديمه أكرم ، " القطاع السياحي في الأردن ، دراسة استطلاعية من وجهة نظر موظفي وزارة السياحة والآثار " رسالة ماجستير غير منشورة جامعة اليرموك ، الأردن ، ١٩٩٨م .
- ✓ سماوي ، حابس ، " اتجاهات الحركة السياحة وأنماطها في منطقة العقبة " دراسة منشورة ، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ، مجلد (٢٨) ، العدد (٢) ، ص ٥٠٢-٥٢٦ ، الجامعة الأردنية ، ٢٠٠١م .
- ✓ سماوي ، حابس ، " واقع الحركة السياحية في منطقة وادي رم بالأردن : خصائصها ومشكلاتها واتجاهاتها " دراسة منشورة ، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ، المجلد (٢٥) ، العدد (٢) ، ص ٢٦٠-٢٧٨ ، الجامعة الأردنية ، ١٩٩٨م .
- ✓ طاهر ، عادل ، الرياضة والسياحة ، المجلس الدولي للتربية البدنية والرياضية ، القاهرة ، مصر ، ٢٠٠١م .
- ✓ عبد المقصود ، إبراهيم ، السياحة والرياضة ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، ١٩٩٦م .
- ✓ عبد الوهاب ، صلاح ، اقتصاديات السياحة والفنادق ، مطبعة زهران ، القاهرة ، ١٩٩٩م .
- ✓ علي ، محمد أمين ، أسس التسويق ، مؤسسة الرواق للنشر والتوزيع ، عمان ، ٢٠٠٠م .

- ✓ فوقزه ، عواد ، "أنماط واتجاهات السياحة العربية في الأردن" ، رسالة ماجستير غير منشورة ، الجامعة الأردنية ، عمان ، الأردن ، ٢٠٠١م .
- ✓ مديرية الإحصاء والمعلومات ، وزارة السياحة الأردنية ، عمان ، ٢٠٠٧م .
- ✓ مقابلة ، خالد ، "تقييم لواقع وأبعاد السياحة الداخلية في المثلث السياحي الذهبي من وجهة نظر بعض الزوار الأردنيين" ، دراسة منشورة ، مؤتمه للبحوث والدراسات ، المجلد (٢٠) ، العدد الأول ، ص ٧٥-٩٥ ، ٢٠٠٣م .
- ✓ مقابلة ، خالد ، وآخرون ، صناعة السياحة في الأردن ، دار وائل للنشر ، الأردن ، عمان ، ٢٠٠٠م .
- ✓ ملحق ، ثريا ، منهج البحث العلمي للطلاب الجامعيين ، بيروت ، دار البشير ، مؤسسة الرسالة ، ١٩٩٨م .
- ✓ يوسف ، أمين الدين ، وآخرون ، " اختبار العوامل الديمغرافية والسيكولوجية من وجهة نظر الممارسين للسياحة الرياضية " ، دراسة غير منشورة ، جامعة العلوم التطبيقية ، عمان ، الأردن ، ١٩٩٨م .

## ■ المراجع الأجنبية:

- ✓ Ajzen , I . and Driver, b .l . application of the theory of planned behavior to leisure choice .Journal of leisure research., vol(3) .p.p207-225. 1992.
- ✓ Beattie, Y. Yeoman . 1. Sport and Leisure Operations Management, Thomson Learning, London, (2004).
- ✓ Davidson , Rob. Tourism, Second Ed, Pitman Pub, London, U.K, 1998.
- ✓ Deknop, P, Standeven, J, "Sport tourism: anew area of sport management" European Journal for sport management, vol(5) No1, p.p30-45, 1999.
- ✓ Graham, S, Neirott, L, Goldblatt, J, (Eds), The Ultimate Guide to sport Marketing, McGraw-Hill, New York, 2001.
- ✓ Hall, C.M, Introduction to Tourism: Development, Dimensions and Issues, Longman, Melbourne, vol.(6), p.p.21-30, 1998.
- ✓ High, J.E.S and Hinch, T.D , Sport , space and time : effects of the otago highlanders franchise on tourism . Journal of sports management , VOL (3), p.p235-257, 2003.
- ✓ Kolter, p, Rein , I , Marketing places , New York , 1993.
- ✓ Leonard, J . and Carson , J. An Introduction Tourism , Elsvier, Butterworth , Heinemann , Amestrdam.(1997).
- ✓ Masterman ,G , "Sport events: anew planing process", (Eds), Sport and Leisure Operations Management, London, pp.183-98, 2004.

- ✓ Melligis , Andrcas , kouk, houris, "Increasing Customers Loyality in skiing resort", vol (8) , p.p 414-425 , 2006.
- ✓ Millington , K. Locke , T.and locke ,A .Adventure travel. Travel and Tourism Analyst . vol (4) , p.p 65-97, 2001.
- ✓ O'Neil, Martin, Williams, Paul, MacCarthy, Martin, Groves, Renald," Diving into service Quality ", Australia, vol (3) , p.p 210-231 , 2000.
- ✓ Page, Stephen , steele , William , Gnnell , Joanne , "Aualysis the promotion of A dvernture tourism", Scotland , Journal of sport tourism , vol (11) , p.p 51-76 , 2006.
- ✓ Page , S.J. and Hall , C.M Managing Urban Tourism . Harlow: Prentice- Hall.2003.
- ✓ Petrick, J.F . Experience use history as asegmentation tool to examine golf travellers. Journal of Vacation Marketing . vol (4), 332-342 , 2002.
- ✓ Porteous , B. Sports development : Glasgow , Leisure Manager . 2002.Vol (11) p.p 18-21.
- ✓ Sinclaire , Donald, "A priority for Caribbean sports tourism", Caribbean. Vol (6) , p.p 536-588 , 2005.
- ✓ Thwaitts, Des, "Closing the gap: - service Quality in sport tourism".Lanzarote, vol (13) , p.p 500-516, 1999.
- ✓ Wayne, Emery," Bidding to Host amajor Sports Event", England , vol (15) , p.p 316-335 , 2002.

## ملحق رقم (١)

### قائمة أسماء هيئة محكمين الاستبيان

الجامعة الأردنية	الأستاذ الدكتور حازم النهار
الجامعة الأردنية	الأستاذ الدكتور عربي حمودة
جامعة العلوم التطبيقية	الأستاذ الدكتور عادل الراوي
جامعة اليرموك	الأستاذ الدكتور إبراهيم وزرماس
جامعة اليرموك	الدكتور نبيل شمروخ
الجامعة الأردنية	الدكتور حابس سماوي
الجامعة الهاشمية	الدكتورة ميرنا مصطفى

ملحق رقم (٢)  
الكتاب الموجه من سعادة الأستاذ الدكتور رئيس جامعة اليرموك إلى سلطة إقليم العقبة



بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة اليرموك  
YARMOUK UNIVERSITY

دائرة رئاسة الجامعة

الرقم: ١٨١٨ / ٥٠ / ١٠٧ / ٢٦  
التاريخ: ١٦ / رجب / ١٤٢٨ م  
الموافق: ٢٠٠٧ / ٧ / ٢٦ م

عطوفة رئيس سلطة إقليم العقبة المحترم  
العقبة - المملكة الأردنية الهاشمية

تحية طيبة، وبعد،،،

تقوم الطالبة نور محمد حسين الغزاوي إحدى طلبة كلية التربية الرياضية بجامعة اليرموك ورقمها الجامعي (٢٠٠٥٣٨٢٠٠٧) بإعداد رسالة ماجستير في التربية الرياضية/تخصص التربية البدنية بإشراف الأستاذ الدكتور علي الديري وعنوانها "تنمية السياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي (البتراء، العقبة، رم) في الأردن".

أرجو التكرم بالموافقة والإيعاز لمن يلزم لتسهيل مهمة الطالبة المذكورة من خلال توزيع الاستبيان على السياح الممارسين للنشاطات الرياضية.

شاكراً ومقدراً حسن تعاونكم.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام،،،

رئيس الجامعة

أ.د. محمد أبو قديس

إربد- الأردن  
Tel:962-2-7211111

فاكس: ٩٦٢-٢-٧٢٧٤٧٢٥  
Fax: 962-2-7274725 Irbid-Jordan

تلفون: ٩٦٢-٢-٧٢١١١١١  
Email: Fac-edu@yu.edu.jo http://www.yu.edu.jo

ملحق رقم ( ٣ )  
الكتاب الموجه من سعادة الأستاذ الدكتور رئيس جامعة اليرموك إلى إدارة محمية  
البتراء



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

جامعة اليرموك  
YARMOUK UNIVERSITY

دائرة رئاسة الجامعة

١٨٢٩

الرقم: /٥٠/١٠٧/١  
التاريخ: ١٤٢٨/١١/١١  
الموافق: ٢٠٠٧/٧/٢٦

عطوفة مدير إدارة محمية البتراء المحترم  
البتراء - المملكة الأردنية الهاشمية

تحية طيبة، وبعد،،،

تقوم الطالبة نور محمد حسين الغزاوي إحدى طلبة كلية التربية الرياضية بجامعة اليرموك ورقمها الجامعي (٢٠٠٥٣٨٢٠٠٧) بإعداد رسالة ماجستير في التربية الرياضية/تخصص التربية البدنية بإشراف الأستاذ الدكتور علي الديري وعنوانها تنمية السياحة الرياضية فسي المثلث السياحي الذهبي (البتراء، العقبة، رم) في الأردن".

أرجو التكرم بالموافقة والإيعاز لمن يلزم لتسهيل مهمة الطالبة المذكورة من خلال توزيع الاستبيان على السياح الممارسين للنشاطات الرياضية.

شاكراً ومقدراً حسن تعاونكم.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام،،،

رئيس الجامعة

أ.د. محمد أبو قديس

ملحق رقم (٤)

الإستبيان بصورته الأولية باللغة العربية والموزع على هيئة المحكمين

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة اليرموك

قسم التربية البدنية

الأستاذ الدكتور

.....المحترم .

تحية طيبة وبعد:

تقوم الباحثة نور محمد حسين غزاوي بدراسة بعنوان " تنمية السياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي في الأردن " للحصول على درجة الماجستير في التربية البدنية في جامعة اليرموك.  
ولما كنتم من أصحاب الخبرة الأكاديمية في هذا المجال يرجى التكرم بالإطلاع على الاستبيان وإبداء الرأي حول مدى انسجام الفقرات ومدى دقة صياغتها وشمولها لمجالات الدراسة وإضافة التعديلات والاقتراحات المناسبة. حيث يمكن اقتراح التعديلات المناسبة على نفس الاستبيان.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

الباحثة.



١- كيف تقيم الخدمات السياحية التالية في الموقع السياحي :

الرقم	العبارة	مناسبة	غير مناسبة	تحتاج الى تعديل	التعديل المقترح
١	توفر وسائل النقل والمواصلات من وإلى الموقع السياحي.				
٢	توفر خدمات الطعام والشراب.				
٣	توفر خدمات الاتصالات .				
٤	نوعية خدمات الإقامة.				
٥	توفر وسائل الترفيه.				
٦	توفر الأمن في الموقع.				
٧	توفر المعلومات السياحية المتعلقة بالأردن.				
٨	توفر النشاطات الرياضية المرغوبة.				
٩	توفر المعدات اللازمة لممارسة النشاطات الرياضية.				
١٠	إجراءات السلامة المرتبطة بممارسة النشاطات الرياضية .				
١١	جودة خدمات الأطعمة.				
١٢	نوعية خدمات لإقامة.				
١٣	جاذبية الموقع السياحي.				
١٤	مستوى تنظيم النشاطات الرياضية.				
١٥	خبرة الجهات المنظمة للنشاطات الرياضية.				
١٦	كفاءة المدربين في النشاطات الرياضية.				
١٧	فعالية التنسيق بين الجهات المختصة بتنظيم النشاطات الرياضية.				
١٨	. كفاءة العاملين في القطاع السياحي .				
١٩	أسعار الطعام والشراب المقدمة.				
٢٠	تكاليف الإقامة في الفنادق.				
٢١	ملائمة أسعار المواصلات .				
٢٢	تكاليف ممارسة النشاطات الرياضية.				
٢٣	أسعار استخدام الأجهزة والمعدات الرياضية.				
٢٤	رسوم دخول المواقع السياحية.				

٢- برأيك كيف تقيم توفر العوامل التالية الخاصة بالسياحة الرياضية في الموقع السياحي؟

الرقم	العبارة	مناسبة	غير مناسبة	تحتاج الى تعديل	التعديل المقترح
١	الأمن العام.				
٢	سمعة المملكة بين دول العالم.				
٣	توف البنية التحتية.				
٤	الأجهزة والمعدات اللازمة لممارسة النشاطات الرياضية .				
٥	جودة التجهيزات الرياضية .				
٦	القدرة على تنظيم المهرجانات والدورات الرياضية على المستوى العالمي.				
٧	اهتمام الجهات الرسمية بدعم النشاطات الرياضية.				
٨	الدعم والرعاية المالية.				
٩	فعالية تسويق النشاطات الرياضية.				
١٠	التسهيلات والخدمات الرياضية.				
١١	المشاركة والحضور الأردني .				
١٢	الوعي الرياضي للمواطن الأردني.				
١٣	التسهيلات على المعابر والحدود.				
١٤	التميز والفرادة بين دول الإقليم.				
١٥	النظافة والصحة.				
١٦	مستوى الضيافة.				
١٧	التعامل مع الحالات الطارئة.				
١٨	الخدمات الطبية الرياضية.				
١٩	مستوى الإعلام الرياضي.				
٢٠	نوعية الخدمات الصحية.				

٣- برأيك كيف تقيم أهمية العوامل التالية الخاصة بالسياحة الرياضية الأردنية ؟

الرقم	العبارة	مناسبة	غير مناسبة	تحتاج الى تعديل	التعديل المقترح
١	الأمن العام.				
٢	سمعة المملكة بين دول العالم.				
٣	توف البنية التحتية.				
٤	الأجهزة والمعدات اللازمة لممارسة النشاطات الرياضية .				
٥	جودة التجهيزات الرياضية .				
٦	القدرة على تنظيم المهرجانات والدورات الرياضية على المستوى العالمي.				
٧	اهتمام الجهات الرسمية بدعم النشاطات الرياضية.				
٨	الدعم والرعاية المالية.				
٩	فعالية تسويق النشاطات الرياضية.				
١٠	التسهيلات والخدمات الرياضية.				
١١	المشاركة والحضور الأردني .				
١٢	الوعي الرياضي للمواطن الأردني.				
١٣	التسهيلات على المعابر والحدود.				
١٤	التميز والفرادة بين دول الإقليم.				
١٥	النظافة والصحة.				
١٦	مستوى الضيافة.				
١٧	التعامل مع الحالات الطارئة.				
١٨	الخدمات الطبية الرياضية.				
١٩	مستوى الإعلام الرياضي.				
٢٠	نوعية الخدمات الصحية.				

## ملحق رقم (٥)

الاستبيان بصورته النهائية باللغة العربية والموزع على أفراد عينة الدراسة

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة اليرموك

قسم التربية البدنية

الضيف الكريم.....

تحية طيبة وبعد :

هذه الإستبانة هي أداة بحث لدراسة ميدانية للحصول على درجة الماجستير في التربية البدنية في جامعة اليرموك، للباحثة نور "محمد حسين" غزاوي بعنوان "تنمية السياحة الرياضية في المثلث السياحي الذهبي في الأردن" الرجاء قراءة الفقرات بعناية ووضع إشارة (✓) في مربع الإجابة المختارة، علماً بأن جميع البيانات ستعامل بسرية تامة وحصراً لأغراض البحث العلمي.

وشاكرة لكم حسن تعاونكم

- الجنس :  ذكر  أنثى

- الجنسية : {.....}

- عدد مرات الزيارة للموقع السياحي {.....}

- الغرض الرئيسي من الزيارة (يمكن اختيار أكثر من إجابة) :

- قضاء أوقات فراغ  مشاهدة المناظر الطبيعية  التسوق  
 زيارة المواقع الأثرية والتاريخية  العلاج/ الاستشفاء  المشاركة بالمؤتمرات  
 زيارة الأقارب والأصدقاء  ممارسة النشاطات الرياضية  
 أخرى (يرجى ذكرها).....

- تعرفت على الموقع السياحي من خلال :

- الراديو  الإنترنت  الصحف والمجلات  
 التلفاز  الأقارب والأصدقاء  المنشورات السياحية  
 الكتب والأدلة السياحية  أخرى (يرجى ذكرها).....

- الجهة المنظمة لزيارتك :

- وكالات سياحة وسفر  نقابات واتحادات  مؤسسة خاصة  مؤسسة حكومية  
 مؤسسة رياضية  رحلة فردية غير منظمة  غير ذلك

- نوع النشاط الرياضي الذي ترغب بممارسته في الأردن في حال توفره :

( يمكن اختيار أكثر من إجابة )

- تسلق الجبال  المناطيد  رياضة الخيول والمجن  سباق السيارات  
 الغوص  الغطس  السباحة  التزلج على الماء  
 سباق القوارب  الطائرات الورقية  الرياضات المائية الكروية.  الرياضات الكروية  
 مشاهدة النشاطات الرياضية  أخرى (يرجى ذكرها).....

١- كيف تقيم الخدمات السياحية التالية في الموقع السياحي ؟

الرقم	العبارة	ممتازة	جيدة جداً	لا اعرف	مقبولة	سيئة
١	توفر وسائل النقل والمواصلات .					
٢	توفر خدمات الطعام والشراب.					
٣	توفر خدمات الاتصالات .					
٤	توفر خدمات الإقامة .					
٥	توفر وسائل الترفيه.					
٦	توفر الأمن في الموقع.					
٧	توفر المعلومات المتعلقة بالموقع السياحي.					
٨	توفر النشاطات الرياضية.					
٩	توفر المعدات والتقنيات اللازمة لممارسة النشاطات الرياضية.					
١٠	توفر إجراءات السلامة المرتبطة بممارسة النشاطات الرياضية .					
١١	جودة خدمات الأطعمة.					
١٢	نوعية خدمات الإقامة.					
١٣	جاذبية الموقع السياحي.					
١٤	مستوى تنظيم النشاطات الرياضية.					
١٥	خبرة الجهات المنظمة للنشاطات الرياضية.					
١٦	كفاءة المدربين والمختصين في النشاطات الرياضية.					
١٧	فعالية التنسيق بين الجهات المختصة بتنظيم النشاطات الرياضية.					
١٨	كفاءة العاملين.					
١٩	تكاليف الطعام والشراب.					
٢٠	تكاليف خدمات الإقامة.					
٢١	تكاليف المواصلات.					
٢٢	تكاليف ممارسة النشاطات الرياضية.					
٢٣	تكاليف استخدام الأجهزة والمعدات الرياضية.					
٢٤	رسوم دخول المواقع السياحية					

٢- برأيك كيف تقيم توفر العوامل التالية الخاصة بالسياحة الرياضية في الموقع السياحي ؟

الرقم	العبارة	ممتازة	جيدة جداً	لا أعرف	مقبولة	سيئة
١	الشعور بالأمن.					
٢	سمعة الأردن بين دول العالم.					
٣	توفر البنية التحتية.					
٤	الأجهزة والمعدات اللازمة لممارسة النشاطات الرياضية .					
٥	ملائمة التجهيزات الرياضية للمعايير العالمية .					
٦	القدرة على تنظيم النشاطات الرياضية على المستوى العالمي.					
٧	اهتمام الجهات الرسمية بدعم النشاطات الرياضية.					
٨	الدعم والرعاية المالية للنشاطات الرياضية.					
٩	فعالية تسويق النشاطات الرياضية.					
١٠	التسهيلات والخدمات الرياضية .					
١١	الحضور الأردني الفاعل في النشاطات الرياضية.					
١٢	الوعي الرياضي للمواطن الأردني.					
١٣	التسهيلات على المعابر والحدود للرياضيين.					
١٤	التميز والفرادة بين دول الإقليم.					
١٥	مستوى النظافة .					
١٦	مستوى الضيافة.					
١٧	التعامل مع الحالات الطارئة.					
١٨	الخدمات الطبية الرياضية.					
١٩	مستوى الإعلام الرياضي					
٢٠	جودة الخدمات الصحية					

٣- برأيك كيف تقيم أهمية العوامل التالية الخاصة بالسياحة الرياضية الأردنية ؟

الرقم	العبرة	مهم جداً	مهم	لا أعرف	غير مهم	غير مهم جداً
١	الشعور بالأمن .					
٢	سمعة الأردن بين دول العالم.					
٣	توفر البنية التحتية.					
٤	الأجهزة والمعدات اللازمة لممارسة النشاطات الرياضية .					
٥	ملائمة التجهيزات الرياضية للمعايير العالمية .					
٦	القدرة على تنظيم النشاطات الرياضية على المستوى العالمي.					
٧	اهتمام الجهات الرسمية بدعم النشاطات الرياضية.					
٨	الدعم والرعاية المالية للنشاطات الرياضية.					
٩	فعالية التسويق للنشاطات الرياضية .					
١٠	التسهيلات والخدمات الرياضية.					
١١	الحضور الأردني الفاعل في النشاطات الرياضية.					
١٢	الوعي الرياضي للمواطن الأردني .					
١٣	التسهيلات على المعابر والحدود للرياضيين.					
١٤	التميز والفرازة بين دول الإقليم.					
١٥	مستوى النظافة .					
١٦	مستوى الضيافة.					
١٧	التعامل مع الحالات الطارئة.					
١٨	الخدمات الطبية الرياضية.					
١٩	مستوى الإعلام الرياضي.					
٢٠	نوعية الخدمات الصحية					





- **Gender:**                     Male                     Female

- **Nationality** [ .....

- **Number of visits to the tourist site** [ .....

- **Main Purpose of the visit** ( you may select as many as applicable) :

- |  |   |                                   |
|--|---|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Leisure/ pleasure             | <input type="checkbox"/> Sightseeing                    | <input type="checkbox"/> Shopping |
| <input type="checkbox"/> Visiting archaeological sites | <input type="checkbox"/> Medication/ health             |                                   |
| <input type="checkbox"/> Conferences & meetings        | <input type="checkbox"/> Visiting Relatives and Friends |                                   |
| <input type="checkbox"/> Sporting                      | <input type="checkbox"/> Other ( Please specify) .....  |                                   |

- **You knew about this attraction through:**

- |   |   |   |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Radio                    | <input type="checkbox"/> Internet                     | <input type="checkbox"/> Newspapers and magazines |
| <input type="checkbox"/> T.V                      | <input type="checkbox"/> Relatives and friends        | <input type="checkbox"/> Tourist brochures        |
| <input type="checkbox"/> Tourist books and guides | <input type="checkbox"/> Other( Please specify) ..... |   |

- **Your visit was organized by :**

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Travel agency       | <input type="checkbox"/> Trade/Labor union           |
| <input type="checkbox"/> Private institution | <input type="checkbox"/> Public institution          |
| <input type="checkbox"/> Sport organization  | <input type="checkbox"/> Unorganized Individual Trip |
| <input type="checkbox"/> Others              |  |

- **Sport Activities you wish to practice at Jordan when available**

( you may tick as many as applicable) :

- |  |   |   |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Climbing                  | <input type="checkbox"/> Ballooning               | <input type="checkbox"/> Horse and camel riding |
| <input type="checkbox"/> Car racing                | <input type="checkbox"/> Scuba diving             | <input type="checkbox"/> Diving                 |
| <input type="checkbox"/> Swimming                  | <input type="checkbox"/> Water skiing             | <input type="checkbox"/> Boat racing            |
| <input type="checkbox"/> Kites                     | <input type="checkbox"/> Ball water sport         | <input type="checkbox"/> Balls sport            |
| <input type="checkbox"/> Watching sport activities | <input type="checkbox"/> Other (Pleas mention)... |   |

**1- How do you evaluate the following tourist services provided at the site?**

	Statement	Excellent	Very Good	Don't Know	Acceptable	Bad
1	Availability of transportation					
2	Availability of food and beverage services.					
3	Availability of communication services.					
4	Availability of accommodation services.					
5	Availability of recreational activities.					
6	Availability of safety and security .					
7	Availability of tourist information .					
8	Availability of sport activities.					
9	Availability of equipment and tools for practicing sport activities.					
10	Availability of safety measures related to sport practicing sports activities.					
11	Quality of food services					
12	Quality of accommodation services.					
13	Attractiveness of site.					
14	Level of Organization for sport activities.					
15	Experience of institutions Organizing sport activities.					
16	Competence of trainers and specialists sport activities.					
17	Efficiency of Coordination among specialized sport activities .					
18	Employee competency .					
19	Cost of foods and drinks.					
20	Cost of accommodation services.					
21	Cost of transportation.					
22	Cost of practicing sport activities					
23	Cost of using sport equipments and tools					
24	Entry fees					

**2- In your opinion, how do you evaluate the availability of the following factors related to sport tourism in the site ?**

	Statement	Excellent	Very Good	Don't Know	Acceptable	Bad
1	Safety and security.					
2	Jordan's global reputation.					
3	Availability of infrastructure					
4	Equipments and tools needed for practicing sports activities .					
5	Internationally standardized sport supplies.					
6	Ability to organize international sport activities.					
7	Public support for sport activities.					
8	Financial support and sponsorship of sport activities .					
9	Effective marketing of sport activities .					
10	Sport facilities and services.					
11	Effective presence of Jordan in sport events.					
12	Sport awareness of Jordanian people.					
13	Facilities on entry points for sport tourists.					
14	Uniqueness of Jordan in the region.					
15	Cleanliness.					
16	Hospitality.					
17	Dealing with emergency cases.					
18	Sports medical services.					
19	Media coverage of sport activities.					
20	Quality of health services.					

**3- In your opinion, how do you evaluate the availability of the following factors, especially with respect to Jordanian sport tourism?**

	Statement	Very important	important	Don't Know	Less important	Not important At all
1	Safety and security.					
2	Jordan's global reputation.					
3	Availability of infrastructure.					
4	Equipments and tools needed for practicing sports activities .					
5	Internationally standardized sport supplies.					
6	Ability to organize international sport activities.					
7	Public support for sport activities.					
8	Financial support and sponsorship of sport activities .					
9	Effective marketing of sport activities .					
10	Sport facilities and services.					
11	Effective presence of Jordan in sport events.					
12	Sport awareness of Jordanian people.					
13	Facilities on entry points for sport tourists.					
14	Uniqueness of Jordan in the region.					
15	Cleanliness.					
16	Hospitality.					
17	Dealing with emergency cases.					
18	Sports medical services.					
19	Media coverage of sport activities.					
20	Quality of health services.					

***Thank You again for your kind cooperation and wish you all joy and pleasure***

## **Abstract**

**Gezawi , Nour " Mohammad Hussain". Developing sport tourism in the" Golden Tourism Triangle" in Jordan. MA study, Yarmouk University, 2007 .( Supervisor : Prof : Ali Mahmoud Al Dairi)**

**The study sought to investigate the status of sport tourism in the Golden Touristy Triangle in Jordan from tourists' perception who prefer engaging in sport activities. Another purpose was to suggest some methods to improve the status of tourism in Golden Touristy Triangle in Jordan. The study sample consisted of 160 tourists who visited Jordan in 2007. The used descriptive approach for it is the most appropriate to achieve study purposes. To collect data, the study used a questionnaire. The study findings showed that the most effective method to develop tourism in Golden Touristy Triangle in Jordan is through suitable marketing of sport activities, promoting sport media participation, providing adequate funds for sport events. Significant correlation was found between touristy status in Golden Touristy Triangle in Jordan and purpose of visit among tourists.**

**Based on these findings, the study recommended more attention to marketing sport tourism products. Marketing plans and policies must be established to attract tourists and encourage them to visit Golden Touristy Triangle in Jordan to practice their hobbies all year long.**